

Mari Kosunen

Lastenmallistokonsepti Samuji-merkille

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Vestonomi
Vaatetusalan koulutusohjelma
Opinnäytetyö
06.04.2011

Tekijä Otsikko	Mari Kosunen Lastenmallistokonsepti Samuji-merkille
Sivumäärä Aika	69 sivua + 2 liitettä 06.04.2011
Tutkinto	Vestonomi (AMK)
Koulutusohjelma	Vaatetusalan koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja	TaL Raija Hölttä FM Outi-Maria Takkinen
<p>Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella leikki-ikäisten lastenvaatemallistokonsepti Samuji-vaatemerkille. Samuji on vuonna 2009 perustettu naistenvaatteita ja -asusteita myyvä yritys, jonka tavoite on laajentaa valikoimaansa lastenvaatteisiin. Suunnittelemani mallistokonseptin tarkoitus on luoda pohjarakenne sille, mitä eri tuotteita ja tuoteryhmiä tulevaan lastenmallistoon tulee.</p> <p>Suunnittelemani malliston tuli olla tyyliältään linjassa Samujin ideologian ja visuaalisen ilmeen kanssa. Tuotesuunnitteluprosessia lähestyin ympäristömyötäisen suunnittelun näkökulmasta, koska se on tärkeä arvo Samujille sekä yhä edelleen kiinnostava ja ajankohtainen suuntaus vaateteollisuudessa.</p> <p>Opinnäytetyöni teoriaosuudessa tutustuin ympäristömyötäisen suunnittelun toimintatapoihin ja selvitin millaisia ympäristöystävällisiä materiaaleja on tarjolla. Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla selvitin kohderyhmän ostokäyttäytymistä sekä kiinnostusta ympäristökysymyksiä kohtaan. Leikki-ikäisten tarpeita pukeutumisen suhteen kartoitin kvalitatiivisten haastattelujen avulla. Tarkoitukseni oli löytää ne tuotetyypit joita kohderyhmä pitää tarpeellisimpina ja suosituimpina.</p> <p>Opinnäytetyöni selvittää, miten suunnittelija voi huomioida ympäristömyötäiset toimintatavat suunnittelutyössä. Siinä kuvataan suunnitteluprosessi eri vaiheineen sekä valmis lastenmallistokonsepti havainnollistavien kuvien avulla.</p>	
Avainsanat	lastenvaate, ympäristömyötäinen, ekologinen, ympäristömerkki

Author Title	Mari Kosunen Children's Clothing Collection for Brand Samuji
Number of Pages Date	69 pages + 2 appendices 6 April 2011
Degree	Bachelor of fashion and clothing
Degree Programme	Fashion and Clothing
Specialisation option	
Instructor	Raija Hölttä, Lic. Arts Outi-Maria Takkinen, FM
<p>The objective of my thesis was to design a clothing collection for children between the ages of 3-6 years for brand Samuji. The brand has been established in 2009 and its main target group at the moment consists of an adult women. In the future Samuji is looking to branch out into children's clothing.</p> <p>My collection was designed to fit the style and ideology of Samuji and meet the needs of its target audience. In the process of creating this children's collection, I took into account both ecological and environmental perspectives, which are already considered as important values by Samuji. Environmental values are much talked about these days and the supply for ecological and environmental friendly clothing has increased significantly.</p> <p>In the theoretical part of this thesis I got know the different approaches are considered to be environmentally friendly when designing and manufacturing clothes. Also I discovered a variety of materials suitable for sustainable development and ecologically minded clothing products. With the help of my survey, I found out how the targeted people reach to environmental issues when buying clothing. The needs of my target group were surveyed by interviewing.</p> <p>My thesis clarifies how a clothing designer can respect ecological and environmentally friendly aspects in clothing manufacturing, materials and design. Also I display the process in different stages from designing to a ready-made concept of a children's clothing collection.</p>	
Keywords	children's clothing collection, eco design, sustainable design, eco label

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Lähtökohdat	2
2.1	Opinnäytetyön taustaa	2
2.2	Aiempi tutkimus	4
2.3	Aiheen rajaus, tavoitteet ja tutkimusmenetelmät	5
2.4	Keskeiset käsitteet	6
2.5	Samuji-yritysesittely	8
3	Teoria	10
3.1	Ympäristömyötäinen tuotesuunnittelu	10
3.2	Ympäristöystävälliset kuitumateriaalit	12
3.3	Ympäristömerkit	25
4	Kyselytutkimus	38
4.1	Tausta ja tavoitteet	38
4.2	Kohderyhmä	39
4.3	Kyselytutkimuksen laadinta ja toteutus	40
4.4	Vastausten analysointi ja tulokset	41
5	Tutkimushaastattelut	44
5.1	Tausta ja tavoitteet	44
5.2	Haastateltavat	45
5.3	Haastattelun kulku	45
5.4	Yhteenveto haastatteluista	46
6	Suunnitteluprosessi	47
6.1	Kankaiden ja lisätarvikkeiden valinta	47
6.2	Tuotteiden suunnittelu	50
6.3	Mallistokonseptin esittely	51
7	Yhteenveto	56
7.1	Pohdinta ja johtopäätökset	56
7.2	Mahdolliset jatkotutkimusaiheet	57

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Liite 2. Kysymysrunko

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tavoitteena on suunnitella leikki-ikäisten lastenvaatemalliston konsepti Samuji-vaatemerkille. Samuji on vuonna 2009 perustettu naistenvaatemerkki, jolle laatu, hyvä ja kestävä design ovat tärkeitä arvoja. Samujilla on tulevaisuuden suunnitelmassa laajentaa tuotevalikoimaansa lasten- ja miestenvaatteisiin sekä sisustustuotteisiin. Opinnäytetyöni tarkoitus on luoda pohjarakenne siitä, mitä tuotteita ja tuoteryhmiä tulevaan lastenvaatemallistoon tulee. Suunnittelemani malliston voi laittaa joko sellaisenaan tuotantoon tai se voi toimia lähtökohtana seuraavien mallistojen suunnittelussa.

Suunnittelemani mallistokonseptin tulee olla Samuji -yritysfilosofian mukainen sekä linjassa naistenmalliston kanssa. Koska ympäristömyönteisyys on yksi Samujille tärkeistä tavoitteista, opinnäytetyöni teoriaosuudella selvitän, miten suunnittelija voi työssään huomioida ympäristömyönteiset toimintatavat. Tutustun myöskin ympäristömyönteisinä pidettyihin materiaaleihin sekä niiden ympäristövaikutuksiin. Erilaisia ympäristömerkkejä ja -sertifikaatteja on tarjolla runsas ja kirjava valikoima, eikä niistä kovin helposti ota selvää, mitä niiden taustalla on. Opinnäytetyössäni selvitän, mitä yleisimmät ympäristömerkit tarkoittavat.

Kyselytutkimuksen avulla pyrin selvittämään kohderyhmän suhtautumista ympäristökysymyksiin ostotilanteessa sekä sitä, kuinka tuttuja eri ympäristömerkit ovat heille. Saamieni tulosten perusteella mietin, olisiko ympäristömerkistä hyötyä Samuji-lastenvaatemallistolle.

Tutkimushaastattelujen avulla selvitän kohderyhmän tarpeita ja toiveita lastenpukeutumiseen liittyen. Saadun tiedon perusteella pyrkimyksenäni on löytää ne vaatekappalet, joita tarvitaan luomaan lastenmallistokonsepti, jossa ei olisi mukana turhia tai käyttämättä jääviä tuotteita.

Malliston suunnitteluprosessi pohjautuu kestävän ja ympäristömyönteisen suunnittelun periaatteisiin sekä selvitykseeni kohderyhmän tarpeista. Tarkoitukseni on luoda Samuji-ideologian mukainen lastenvaatemallisto.

2 Lähtökohdat

Seuraavassa luvussa käsittelen opinnäytetyöni taustaa, tavoitteita ja aiheen rajausta. Esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmät, keskeiset käsitteet sekä Samuji-yrityksen.

2.1 Opinnäytetyön taustaa

Olen tutustunut Samu-Jussi Koskeen, Samuji-vaatemerkin perustajaan, Marimekossa toimiessani assistenttina hänelle sekä vaatesuunnittelijoille Ritva Falla ja Mika Piirainen. Meitä molempia yhdisti jo alusta asti visuaalisten näkemysten lisäksi kiinnostus laatua ja ympäristön hyvinvointia kohtaan. Siksi minusta tuntui luontevalta tehdä opinnäytetyöni Samujille, koska näin pääsin yhdistämään kiinnostukseni ympäristöasioita kohtaan sekä kehittämään itseäni suunnittelijana. Lastenvaateista minulla on ennestään kokemusta toimiessani suunnitteluassistenttina. Koskella ja Piiraisella oli mallistoissaan lastenvaatteita. Tehtäviini heidän assistenttina minulle kuului muun muassa mallistojen työpiirustusten tekeminen, auttaa materiaalivalintaprosessissa, osallistua mallimestarin kanssa tehtäviin sovituksiin ja järjestää kuvauksia sekä muotinäytöksiä. Leikki-ikäiset lapset ovat mielenkiintoinen kohderyhmä ja ympäristömyötäisyys on luonteva lähestymistapa lastenvaatteiden suunnittelua kohtaan: lastenvaatteita usein kierrätetään lapselta toiselle eikä pukeutumisessa noudateta orjallisesti hetken trendejä. Lastenvaateissa ajattomuus ja kestävyys ovat yleisesti vallitsevimpia kriteereitä – kriteerit jotka sopivat hyvin yhteen omien arvojeni kanssa.

Ympäristökysymykset ovat nousseet entistä ajankohtaisemmiksi ilmaston lämpenemisen myötä. Ympäristömyötäisyys näkyy ekologisten tuotemerkkien lisääntymisenä markkinoilla. Monilla isoillakin vaatemerkeillä on ekologisia materiaaleja ja ympäristömyötäisiä mallistoja valikoimissaan. Internetistä löytyy ympäristöystävällisiin tuotteisiin perehtyneitä verkkokauppoja sekä sivustoja ja blogeja, joiden tarkoitus on jakaa kuluttajille tietoa ympäristöystävällisistä valinnoista. Toisaalta samaan aikaan elintaso on noussut ja muodin kiertokulku on selvästi nopeutunut entisestään, mikä lisää kuluttamista sekä lyhentää vaatteiden käyttöikää. Nykykuluttajaa kuvataan aiempaa vastuullisemmaksi, mutta samanaikaisesti hän käyttää yhä enemmän vapaa-aikaansa ostoksia

tekemällä. Suomalaisten mahdollisuudet kulutukseen ovat viime vuosikymmeninä kasvaneet voimakkaasti hyvinvoinnin lisääntymisen myötä. Kulutuksesta on tullut moniulotteisempaa, ja sen voi nähdä heijastavan aikamme arvoja: valinnanvapautta mutta samalla valinnan tuomaa vastuuta. (Lammi 2009, 66.) Minua kiinnostaa näin suunnittelijan näkökulmasta kuluttajien käyttäytyminen: Onko ostopäätöstä tehtäessä ympäristökysymykset tärkeitä? Henkilökohtaisesti olen jo pitkään pyrkinyt tiedostamaan oman kuluttamiseni ympäristövaikutuksia ja pyrkinyt minimoimaan niitä. Toivon voivani tulevaisuudessa työssänikin edistää ympäristöasioiden huomiointia ja mahdollisesti omilla valinnoillani vähentämään ympäristön kuormitusta. Opinnäytetyöni avulla haluan tuoda esiin ympäristöystävällisiä ratkaisuja tuotesuunnitteluprosessissa.

Ympäristönsuojelusta on tullut trendikästä. Myös halpavaateketjut, kuten H&M, Lindex, Gina Tricot sekä Kappahl, ovat ryhtyneet markkinoimaan näyttävästi omia ekomallistojaan. Ne tuovat omilla Internet-sivuillaan esiin yrityksensä eettistä vastuuta sekä kestävä kehityksen strategiaansa. (H&M, Kappahl, Lindex ja Gina Tricot.) Koska suuri osa vaatehankinnoista ostetaan juuri näistä halpavaateketjuista, on hienoa, että niissäkin on ryhdytty ottamaan ympäristökysymyksiä huomioon. Toisaalta halpavaateketjujen laajasta tuotevalikoimasta vain hyvin pieni osa on ekologista tai ympäristöystävällistä. Kuluttajaa johdetaan harhaan niin kutsutulla markkinoinnin viherpesulla. ”Viherpesua harrastavat yleensä yritykset joiden tuotannolla ja tuotteilla on haitallinen vaikutus ympäristöön” (Vihma 2004, 36). Näin yritykset pyrkivät kiillottamaan mainettaan ja esittävät tuotteilleen ympäristömyötäisiä lupauksia. Esimerkiksi ainakin H&M ja Banana Republic ovat markkinoineet ekopuuvillana paitoja, joissa ekopuuvillan osuus on vain 5%. Myös halpavaateketjujen perusfilosofia myydä mahdollisimman paljon ja parhaalla mahdollisella hinnalla on ristiriidassa ekologisuuden ja kestävä kehityksen toteutumisessa. Opinnäytetyössäni haluan selvittää myös sitä, kuinka valveutuneita kuluttajat ovat ekoasioissa, lankeavatko he viherpesuun ja mitkä asiat vaikuttavat ostotilanteessa.

Ympäristömerkkejä ja –sertifikaatteja on tarjolla lukuisia ja niistä on ilman tarkempaa selvitystyötä vaikea saada selville, mitä kriteereitä merkin takana on. Helposti voi myös sekoittua se, onko kyse eettisestä vai ekologisesta merkistä. Opinnäytetyössäni pyrin selvittämään tästä merkkien viidakosta, mitä yleisimmät ympäristömerkit tarkoittavat.

Vaateteollisuus on yksi saastuttavimpia teollisuudenaloja, tästä syystä vaatesuunnittelijan tulee myös kantaa oma osuutensa ympäristön hyvinvoinnin edistämiseksi ja kestävä kehityksen toteutumisessa. Tuotannon tehokkuus ja kannattavuus sekä materiaalin ja energian menekin minimointi ovat asioita, joita suunnittelijan tulee osata ottaa huomioon. Suunnittelussa nousevat yhä enemmän esille tuotannon ja käytön seuraukset ympäristölle tuotteiden koko elinkaaren aikana sekä maapallon energiavarat ja jäteongelmat. Suunnittelijalle tämä on haaste yksilöllisen ilmaisun ja tyylin rinnalla. Kansainvälisistä ilmastopöytäkirjoista ja kestävä kehityksen julistuksista huolimatta sekä uusiutumattomien että uusiutuvien luonnonvarojen tuhlaus ja luonnon moninaisuuden katoaminen on vilkkaampaa kuin aiemmin, globalisaation hyötyjen tasapuolinen jakautuminen ei ole toteutunut ja köyhyys maailmassa on vain lisääntynyt. Edistystäkin on onneksi tapahtunut: uusiutuvien energialähteiden kehitys ja käyttö sekä raaka-aineiden kierrätys ovat lisääntyneet. Muotoilijan työhön vaikuttavat myös maailmaa mullistavat ilmiöt, kuten talouden ja ympäristön muutokset, öljy- ja energiakriisit, materiaalipula tai sodat. Ympäristön, kulttuurin, talouden, ajan ja ihmisten luomiin haasteisiin myös suunnittelijan on työssään reagoitava: on pysyttävä ajan hermolla ja seurattava uusimpia tutkimuksia ja alan innovaatioita. (Johannesburgin poliittinen julistus 2002; Komission tiedonanto neuvostolle ja Euroopan parlamentille 2001; Sacert; Vihma 2009, 11 ja 191.)

Haluan tulevana suunnittelijana kantaa oman vastuuni hankkimalla mahdollisimman hyvät valmiudet siitä, miten suunnittelija voi työssään ottaa ympäristöasiat huomioon. Koen että suunnittelijalla on tästä vastuu. Emme voi olettaa, että kuluttajien täytyy osata tehdä nämä valinnat meidän puolestamme.

2.2 Aiempi tutkimus

Opinnäytetyöni aihealueesta löytyy runsaasti kirjallisuutta, artikkeleja ja julkaisuja sekä aihepiirissä on tehty useita aiempia tutkimuksia. Tämä kertoo ympäristökysymysten kiinnostavuudesta ja ajankohtaisuudesta sekä vaatetusosalalla että alan koulutuksessa. Muotoilukoulutuksessa ympäristömyötäinen tuotesuunnittelu on jo vakiinnuttanut paikkansa osana opintoja. Muotoilukoulutuksen opinnäytetöistä lähinnä omaa työtäni sivuavat Metropolia Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö Heidi Jääskeläiseltä *Ympäristömyötäinen tekstiilituotemallisto lapsille* (2009), Taideteollisen korkeakoulun Eeva Heik-

kisen lopputyö *KEKE – Ympäristömyötäinen tuotesuunnittelumalli* (2008) sekä Lahden muotoiluinstituutin Anniina Nurmen *Nurrun* -lopputyö (2007). Ne kartoittavat ympäristökysymysten huomioonottamista suunnittelutyön lähtökohtana sekä sitä, miten suunnittelija voi työllään edistää kestävästä kehitystä tukevaa muotoilua.

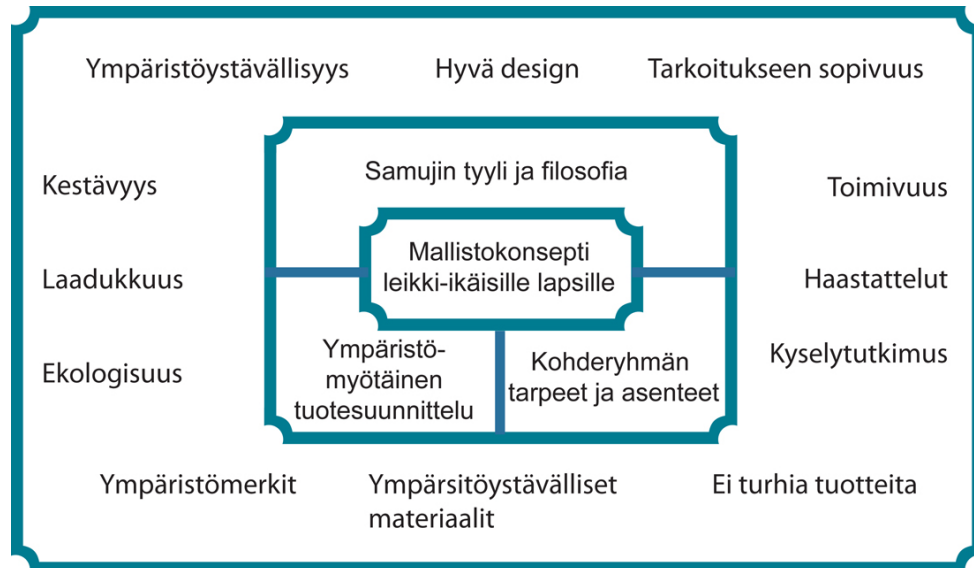
2.3 Aiheen rajaaminen, tavoitteet ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyöni tavoite on suunnitella Samuji–vaatemerkille lastenvaatemalliston konsepti. Malliston kohderyhmää ovat leikki-ikäiset eli 3-6 -vuotiaat lapset. Mallistokonseptin tulee olla linjassa Samujin naistenmalliston kanssa sekä tukea Samujin yritysfilosofiaa: kestävästä ja laadukasta designia. Ympäristömyötäisyys on Samujille tärkeä kriteeri, joten tästä syystä suunnitteluprosessissa huomioin ympäristömyötäisen suunnittelun periaatteet. Mallistokonseptia luodessani aion myös huomioida kohderyhmän tarpeet ja asenteet pukeutumisen suhteen. Tutkimusongelmani on siis se, kuinka suunnitella mallistokonsepti leikki-ikäisille lapsille niin, että huomioin sekä Samujin että kohderyhmän vaatimukset.

Opinnäytetyöni teoriaosuudella aion selvittää, miten suunnittelija voi omassa työssään huomioida ympäristöystävällisyyden ympäristömyötäisen suunnittelun periaatteiden ja materiaalin valinnan kautta. Samuji–vaatemerkillä materiaalien valinnassa painottuvat laatu ja ekologisuus. Siksi omassa opinnäytetyössäni aion selvittää ekologisia materiaaleja ja niiden ympäristövaikutuksia. Teoriaosuudella tutkin myös mitä eri ympäristömerkit tarkoittavat. Tutkimuslähteinä käytän kirjallisuutta, artikkeleja sekä Internet-lähteitä. Käyttämäni tutkimusmenetelmä on laadullinen eli kvalitatiivinen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoitukseni on tulkita ja ymmärtää lähdeaineistoa siten, että poimin itselleni tarpeellisen tiedon ja sovelletin saamaani tietoa malliston suunnitteluprosessissa. (Anttila 1996, 180.)

Suunnitteluprosessin taustatiedoksi aion selvittää kohderyhmän tarpeita ja asenteita. Tarkoitukseni on selvittää kuinka paljon ekologiset kysymykset ratkaisevat ostopäätöstä tehdessä: lisääkö ympäristömerkki luottamusta tuotteeseen, tunnetaan niitä edes ja olisiko ympäristömerkistä hyötyä Samuji–vaatemerkille. Tämän tiedon kerään kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla. Määrällinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä sopii kyselyyni, koska tarkoitukseni on kerätä ja vertailla tietoa isolta

joukolta ihmisiä. (Anttila 1996, 176.) Kohderyhmän tarpeita selvitän teemahaastattelujen avulla. Pysin selvittämään kohderyhmän pukeutumiseen liittyviä tarpeita ja soveltamaan saamaani tietoa tuotteiden suunnittelussa.



Kuvio 1. Viitekehys

Kuten viitekehyksestä (kuvio 1) näkyy, päätavoitteeni on suunnitella mallistokonsepti leikki-ikäisille lapsille ympäristömyönteisen tuotesuunnittelun periaatteiden mukaisesti. Malliston tulee olla Samuji-yritysfilosofian ja -tyylin mukainen sekä täyttää mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet. Opinnäytetyön avulla pyrin myöskin kehittämään omaa osaamistani.

2.4 Keskeiset käsitteet

Ekologinen tuotesuunnittelu eli *ympäristömyönteinen tuotesuunnittelu* määritellään tavaksi suunnitella tuote tai palvelu niin, että sen elinkaaren aikaiset negatiiviset ympäristövaikutukset minimoidaan. (Virtuaaliyliopisto.)

Eettinen eli *oikeudenmukainen, ihmisarvoinen, moraalinen*. Teollisuudessa eettinen tuotanto tarkoittaa hyviä ja turvallisia työolosuhteita, kohtuullista työaika ja -korvausta työstä sekä sitä, että lapsityövoiman käyttö on kiellettyä. (Wikipedia.)

Luonnonmukainen tuotanto tarkoittaa ilman keinotekoisia lannoitteita, torjunta-aineita tai geenimanipuloituja organismeja tuotettua. Viljelyssä käytetään viljelykiertoa ja orgaanisia lannoitteita ja luontaisia torjuntatapoja. Tarkoitus on edistää kasvien ja eläinten hyvinvointia sekä luonnon monimuotoisuutta. (Luomu.)

Kestävä kehitys eli yhteiskunnan tarpeet täyttävä toiminta, joka ei käytä tulevien sukupolvien mahdollisuuksia hyvään elämään. Tarpeilla tarkoitetaan ensisijaisesti perustarpeiden tyydyttämistä, mutta myös henkisen hyvinvoinnin kasvattamista. Toiminnan tulee ottaa huomioon luonnonvarojen riittävyys sekä ekologinen-, sosiaalinen-, kulttuurillinen- ja taloudellinen kestävyys. Ekologisen kestävyys tulee olla tasapainossa luonnon kestokyvyn kanssa ja luonnon moninaisuuden tulee säilyä. Sosiaalisella ja kulttuurillisella kestävyydellä tarkoitetaan hyvinvoinnin jakautumista tasapuolisesti maailman kaikille ihmisille sekä tuleville sukupolville. Taloudellisella kestävyydellä tarkoitetaan tasaisen kasvun toteuttamista ilman velkaantumista tai varantojen loppuun kulumista. (Ympäristö; Wikipedia.)

Konsepti eli laajasti pohdittu ja perusteltu idea tai valmis kokonaisuus. Väline kuten kuva tai luonnos, jolla kuvataan idea konkreettiseksi. (Avoinmuseo; Kettunen 2001, 59.)

Sertifikaatti eli riippumattoman tahon auditoinnin jälkeen tuotteelle myönnetty standardoitu varmenne/todistus tiettyjen kriteereiden täyttymisestä. (Markula 1999, 302).

Tuotteen elinkaari eli tuotteen käyttöikä esisuunnitteluvaiheesta siihen saakka kun tuote joudutaan hävittämään. Se kattaa raaka-aineen oton luonnosta, tuotannon, kuljetuksen, pakkaukset, käytön, kunnossapidon, kierrätyksen sekä jätteiden käsittelyn. (Suojanen 1997, 18.)

Ympäristömerkki eli tuotteelle tai palvelulle joko yksityisen tai virallisen tahon myöntämä merkki, joka kertoo tuotteen tai palvelun vaikutuksista ympäristölle. (Talvenmaa 1998, 73).

2.5 Samuji-yritysesittely

Samuji on vuonna 2009 perustettu naistenvaatemerkki. Samujin yritysfilosofia on jakaa kaunista muotoilua, jolla on merkitystä käyttäjälleen. Se on kaunista, kestävää ja laadukasta designia - sellaista joka niin tyyllittää kuin laadultaan kestää aikaa. Samujin toimitusjohtaja ja suunnittelija Samu-Jussi Koski on toiminut ennen Samujin perustamista Marimekon taiteellisena johtajana ja vaatesuunnittelijana. Samu-Jussi Koski palkittiin vuoden 2010 Elle-gaalassa vuoden tulokkaana ja Samuji on saanut runsaasti palstatilaa muotilehdissä ja herättänyt positiivista keskustelua muotiblogeissa ja sosiaalisessa mediassa.


 The image shows the Samuji logo, which consists of the word "Samuji" in a bold, black, serif typeface. The letters are closely spaced, and the overall style is classic and elegant.

Kuva 1. Samuji-logo (Samuji)

Samuji-tuotteet valmistetaan huolella valituissa tuotantolaitoksissa, jotka arvostavat myös laatua ja noudattavat eettisiä arvoja ja ympäristöä säästäviä toimintatapoja. Samuji-mallistoissa käytetyt materiaalit ovat huolellisesti valittuja, laadukkaita, pääasiassa ekologisia luonnonmateriaaleja, kuten ekologista puuvillaa, silkkiä, villaa, kashmiria tai Suomalaista poronnahkaa. Korkeasta laadusta johtuen tuotteet ovat hintatasoltaan keskihintaisia korkeampia. Samujin naistenmalliston kohderyhmää ovat tiedostavat, laatua, klassista ja hyvää designia arvostavat naiset. Samujia myyvät jälleenmyyjät Tokiossa, New Yorkissa, Helsingissä ja Raumalla. Syksyllä 2011 niitä saa myös Moskovasta ja Brysselistä sekä tulevaisuuden suunnitelmissa on oman verkkokaupan avaaminen. Kevät 2011 mallistoa myytiin myös Samuji-studiolla maaliskuussa kolme viikkoa avoinna pidetyssä myymälässä.



Kuvat 2 ja 3. Samuji syksy 2011 (Niina Merikallio, Samuji)

Samujin naistenmalliston tavoitteena on luoda sisältö jokaisen naisen täydelliseen vaatekaappiin. Se koostuu kahdesta erilaisesta linjasta: Classics ja Seasonals. Classics-mallisto sisältää ajattomia, laadukkaita ja kauniisti leikattuja klassikkovaatteita ja asusteita. Se sisältää muun muassa farkkuja, neuleita ja trikoovaatteita sekä nahkaisia asusteita. Seasonals-mallisto on kokeellisempi, värikkäämpi ja trendikkäämpi mallisto, joka vaihtuu sesongin mukaan. Se sisältää erikoisempia tuotteita, juhlavaatteita ja kuosillisia tuotteita. Sesongeittain vaihtuva Seasonals-mallisto täydentää pysyvämpää Classics-valikoimaa. (samuji.com sekä Koski 2011a.)



Kuva 4 ja 5. Samuji Classics, Kuva 6. Samuji Seasonals (Juliana Harkki, Samuji)

3 Teoria

Seuraavassa teoriaosuudessa kerron ensimmäisessä luvussa ympäristömyötäisestä vaatesuunnittelusta. Tämän jälkeen tutkin kirjallisuuden ja Internet-lähteiden avulla materiaaleja ja niiden vaikutuksia ympäristölle. Osuuden lopussa selvitän, mitä eri ympäristömerkit tarkoittavat.

3.1 Ympäristömyötäinen tuotesuunnittelu

Ympäristömyötäisenä tuotesuunnitteluna pidetään tapaa, jossa minimoidaan negatiiviset ympäristövaikutukset tuotteen koko elinkaaren ajalta. On arvioitu että jopa 80-90% tuotteen ympäristövaikutuksista määräytyy jo suunnitteluvaiheessa. Tästä syystä suunnittelijalla on suuri vastuu siitä mitä ja miten suunnitellaan. (Virtuaaliyliopisto.)

Yhdistin ympäristömyötäisen suunnittelun kriteerit Ulla Suojasen (1997, 85) kirjasta *Vihreät tekstiilit* sekä Riikkamaria Paakkunaisen (1995, 16) kirjasta *Vaatteiden ympäristöhaitat – Miten suunnittelija voi vaikuttaa*. Sain listalle seuraavat yksitoista kriteeriä:

1. Suunnittele tuotteita vain tarpeeseen.
2. Käytä mahdollisimman ympäristömyötäisiä ja kierrätettäviä materiaaleja.
3. Viimeistelykäsittelyjen tarve on tarkkaan harkittava ja mahdollisuuksien mukaan minimoitava.
4. Valitse materiaali käyttötarkoituksen mukaan.
5. Hyödynnä materiaalit mahdollisimman tarkkaan.
6. Suunnittele tuotantoprosessi mahdollisimman ympäristömyötäiseksi.
7. Ota tuotesuunnittelussa huomioon tuotteen käyttö ja hoitotoimenpiteet.
8. Suunnittele tuotteet niin, että ne on helposti muunneltavissa, korjattavissa, purettavissa ja kierrätettävissä.
9. Suunnittele tuote monikäyttöiseksi, pitkäikäiseksi ja malliltaan ajattomaksi.
10. Vältä tarpeettomia ja pitkiä kuljetuksia.
11. Suosi pieniä ja kierrätettäviä pakkauksia.

Täysin ekologista tuotetta ei ole olemassakaan, siksi suunnittelijan ei tulisi suunnitella yhtäkään turhaa tuotetta. Modernissa länsimaisessa yhteiskunnassa tämä ei tosin aina

toteudu: ihmiset ovat tottuneet hankkimaan kulutustavaroita ja hyödykkeitä enemmän kuin on tarve. Tuotteita ei käytetä loppuun ja markkinoijat keksivät ihmisille yhä uusia tarpeita. Pirkko Anttila määrittelee kirjassaan *Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet* (1993, 155) tarpeiksi seuraavia: inhimilliset perustarpeet, psyykkiset tarpeet, sosio-kulttuurilliset tarpeet, itsensä ilmaisun ja luovuuden vaatimukset, tavaratarpeet ja aineettoman vuorovaikutuksen tarve. Suunnittelijan näkökulmasta inhimillisillä perustarpeilla tarkoitetaan fyysisten tarpeiden vaatimuksia: turvallisuutta, ergonomisuutta, käyttökelpoisuutta, kestävyyttä, hoidettavuutta ja huollettavuutta. Psyykkiset tarpeet liittyvät tuotteen miellyttävyyteen, esteettisyyteen ja merkittävyyteen. Sosio-kulttuurilliset tarpeet tarkoittavat tuotteen aikaan, kulttuuriin, tilanteeseen ja paikkaan soveltuvuutta. Itsensä ilmaisun ja luovuuden tarve liittyy merkittävästi vaatesuunnitteluun: ihmiset pyrkivät pukeutumisellaan ilmaisemaan persoonallisuuttaan tai sosiaalista ja taloudellista asemaansa. Aineettoman vuorovaikutuksen tarpeella tarkoitetaan tuotesuunnittelijan näkökulmasta sitä, millaisia tunteita tuotteella voidaan herättää. Esimerkiksi turvallisuuden-, mielihyvän- tai mukavuudentunteita. Vaatesuunnittelijan tulee selvittää ennen suunnitteluprosessia mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet, jottei ei turhia tai myymättömiä tuotteita edes suunniteltaisi markkinoille.

Ympäristömyötäisessä suunnittelussa materiaalin valinnassa tulee ensisijaisesti ottaa huomioon sen sopivuus käyttötarkoitukseen. Esimerkiksi lastenvaatteita suunniteltaessa on hyvä ottaa huomioon, että niitä pestään usein. Tästä syystä likaa hylkivät ja helposti peseytyvät materiaalit soveltuvat tähän tarkoitukseen parhaiten. Tulee myös valita mahdollisimman ympäristöystävällinen ja kestävä materiaali. Materiaalin tulisi olla mahdollisesti myös lähellä tuotettua ja kierrätettävää. Kuitusekoituksia valittaessa on otettava huomioon kuitujen pesuominaisuudet, niiden toisiinsa soveltuvuus sekä se että sekoitus parantaa materiaalin ominaisuuksia. Lisätarvikkeiden valinnassa tulee olla huolellinen, jotta ne soveltuvat tarkoitukseensa ja kestävät käyttöä ja huoltoa sekä ovat helposti vaihdettavissa. Viimeistely- ja värjäyskäsittelyt kuluttavat useimmiten eniten ympäristöä, joten niiden tarpeellisuutta tulee harkita. Materiaalin kierrätysominaisuudet on huomioitava niin tuotannosta syntyvälle jätteelle kuin itse lopputuotteelle. Ympäristömyötäinen tuotannon suunnittelu kuluttaa vähän energiaa ja jätettä sekä materiaali käytetään mahdollisimman tarkkaan. Raaka-aineiden ja tuotteiden turhaa kuljetusta ja pakkausten määrää pyritään välttämään. Tuotteet tulee valmistaa huolellisesti, taloudellisesti ja laadukkaasti. Tuotteisiin tulee liittää selkeät tuoteselosteet ja

hoito-ohjeet, joiden avulla kuluttaja osaa hoitaa tuotetta oikein - näin varmistetaan, ettei tuote mene pilalle pesussa ja minimoidaan energian, veden ja pesuaineen kulu. Ympäristömyötäisen tuotteen tulisi olla myös mahdollisimman monikäyttöinen, ergonominen, turvallinen sekä korjattavissa ja muokattavissa. (Aalto 1998, 30; Paakkunainen 1995, 11; Suojanen 1997, 85.)

Tuotteen laatuun ja käyttö-ikään vaikuttaa myös tuotteen muotoilu. Häti-Korkeilan kirjassa *Tuotesuunnittelun perusteita* (1985, 110) määritellään välineet, joilla suunnittelija voi vaikuttaa tuotteen laatuun: tekniikka ja valmistustapa, rakenne, materiaali, muoto, väri ja pintakäsittely. Tuotteen laadun arviointi vaihtelee sen mukaan, kuka arvioi ja mistä tuotteesta on kysymys. Tärkeää on suunnitella tuote kohderyhmän laatuksien mukaiseksi. Aika muokkaa laadun arviointiperusteita: vallitseva tyyli ja muoti vaikuttavat siihen, mikä koetaan esteettisenä ja sopivana. Kokemuksen ja tiedon lisääntyminen vaikuttaa myös käsitykseen tuotteen tarpeellisuudesta. Ympäristö ja kulttuuri, jossa tuotetta käytetään, määrittelevät sen, mitä pidetään hyvänä ja mitä huonona. Toisaalta kansainvälistymisen ja Internetin yleistymisen myötä ympäristön ja kulttuurin merkitys ei tuotesuunnittelussa enää ole kovinkaan ratkaiseva tekijä – hyvä tuote tai tuotemerkki voi levitä nopeastikin kansainväliseen tunnettavuuteen. Internetin myötä maailman pienentyminen ja tiedon helpompi saatavuus lisäävät myös paineita tuotteen suunnittelijoille ja tuottajille. Ihmiset ovat entistä valvetuneempia. Ympäristölliset ja eettiset lupaukset on helpompi tarkistaa. Virheelliset lupaukset tulevat kalliiksi ja huonoa mainetta on vaikea puhdistaa. Suunnittelijan tulee olla aktiivinen ja jatkuvasti seurattava alan kehitystä. Vielä on pitkä matka siihen, että tuotteen valmistuksen ja käytön aikana mitään ei pääse ympäristöön ja että kaikki prosessiin sitoutunut materiaali ja energia voidaan hyödyntää uudelleen - mutta siinä onkin haaste uusiin innovaatioihin (Vihma 2009, 11).

3.2 Ympäristöystävälliset kuitumateriaalit

Ympäristöystävällisen materiaalin valinta ei ole yksinkertaista. Kaikkien materiaalien tuotantoprosessi kuluttaa luonnonvaroja, energiaa sekä aiheuttaa ilman ja veden saasteita. Kuidun valmistus valmiiksi tuotteeksi on monivaiheinen ja eri tuotantovaiheissa toiset materiaalit kuluttavat vähemmän ja toiset enemmän. Ympäristövaikutusten vertaaminen on hankalaa, koska ympäristövaikutusten vertaamiseen ja mittaamiseen ole

maailmanlaajuista, yksiselitteistä ja kattavaa ohjeistusta. Vertailua vaikeuttaa myös se, missä maassa tai maanosassa valmistusprosessi tapahtuu: vahingollisuus on sidoksissa paikallisiin ympäristöolosuhteisiin, työtapoihin ja lakeihin. (Paakkunainen 1995, 25; Suojanen 1997, 37; Talvenmaa 1998, 84.)

Eri raaka-aineista valmistettujen tekstiilien elinkaaren aikaiset ympäristöhaitat poikkeavat eri tavoin toisistaan. Luonnonkuitujen viljely on yksi merkittävä ympäristönkuormittaja. Etenkin puuvillan tehoviljelyssä suurimmat ympäristöhaitat syntyvät keinokastelusta, lannoitteista ja tuholaisten ja kasvitautien torjunnassa käytetyistä kasvinsuojalannoitteista. Pellavanviljelyssä lannoitteita ja torjunta-aineita käytetään huomattavasti vähemmän ja hampunviljelyssä niitä ei edes tarvita. Luonnonkuidut on useimmiten pestävä ennen langankehruun aloittamista: tämä myös kuormittaa luontoa huomattavasti. Toisaalta luonnonkuidut sopivat alkuperältään parhaiten luonnon kiertokulkuun koska ne maatuvat takaisin luontoon joutuessaan. (Markula 1999, 43; Suojanen 1997, 37; Talvenmaa 1998, 15.)

Selluloosamuuntokuitujen kasvatus ei juurikaan rasita luontoa, mutta sen ympäristöhaitat tulevat sen kuidun valmistuksessa, jossa kuluu runsaasti vettä ja energiaa, sekä rikkihiili- ja rikkivetypäästöinä ilmaan ja natriumsulfaatti- ja sinkkisulfaattipäästöinä vesistöihin. Sellun kloorivalkaisu on suurimmaksi osaksi onneksi korvattu vähemmän haitallisella vetyperoksidilla. Synteettiset tekokuidut valmistetaan pääosin uusiutumattomasta luonnonvarasta, maaöljystä, ja sen ympäristövaikutukset liittyvät öljynjalostusteollisuuden aiheuttamiin ympäristöhaittoihin. Tekokuitujen valmistusprosessit kuluttavat runsaasti energiaa ja prosessissa aiheutuu päästöjä vesistöön ja ilmaan. Toisaalta tekokuidut tarvitsevat luonnonkuituja vähemmän kemiallisia viimeistelykäsittelyjä. Edellä mainituista syistä johtuen ekologisina synteettisinä kuituina voidaan pitää ainoastaan sellaisia, jotka on valmistettu kierrätetystä materiaalista prosessissa jossa ei aiheuteta haitallisia päästöjä ympäristöön tai ilmaan ja jossa energiankulutus on pyritty minimoimaan. (Markula 1999, 82; Talvenmaa 1998, 23.)

Kuitujen muokkaaminen kehruuseen sopivaksi vaihtelee myös raaka-aineen mukaan. Tekokuitujen filamenttilangat valmistetaan kehruun yhteydessä, mikä on luonnonkuitujen katkokuituvalmistusta huomattavasti lyhyempi prosessi. Kudottujen kankaiden valmistus vaatii enemmän työvaiheita ja kemikaalienkäyttöä kuin neulosten valmistus. Jos

kangas voidaan valmistaa suoraan kuidusta, kuten silkki, tällöin valmistusprosessi lyhenee huomattavasti. Valkaisussa, värjäyksessä ja viimeistelykäsittelyssä käytetään runsaasti vettä, energiaa ja erilaisia kemikaaleja. Toisaalta viimeistelykäsittelyillä voidaan parantaa huomattavasti tekstiilien ominaisuuksia, pesun ja hoidon tarvetta. Vaikka viimeistelykäsittely, kuten lianhylkivyyks käsittely, kuormittaa luontoa, saattaa se merkittävästi vähentää tuotteen hoidon ja käytön aikaista ympäristökuormitusta. Suurin osa, joidenkin arvioiden mukaan jopa yli 60%, tekstiilien aiheuttamasta ympäristökuormituksesta syntyykin pesun ja huollon yhteydessä. (Aalto 1998, 42; Markula 1999, 141; Suojanen 1997, 38; Talvenmaa 1998, 34.)

Seuraavaksi esittelen aakkosjärjestyksessä yleisimmin käytettyjen ympäristöystävällisinä pidettyjen kuitumateriaalien hyviä sekä huonoja puolia. En käy läpi kaikkia tekstiilimateriaaleja, ainoastaan ne, joita markkinoidaan ympäristölle vähemmän haitallisina. Valikoin tarkasteltavat materiaalit sen mukaan, mihin materiaaleihin olen törmännyt tuotteissa, kangasmessuilla tai alan julkaisuissa. Joukossa on joitakin ympäristöystävällisiä kuituja joiden käyttö on tällä hetkellä vähäistä, mutta joista voisi tulevaisuudessa löytyä ratkaisuja korvata luontoa kuormittavien kuitujen, tehoviljellyn puuvillan ja synteettisten kuitujen, käytön.

Bambuviskoosi



Kuva 7. Bambuviskoosi (Wikipedia)

Bambu on luonnostaan nopeakasvuinen selluloosakuitu, eikä tarvitse keinotekoisia lannoitteita tai torjunta aineita kasvaakseen. Viskoosin tuotantoprosessi vaatii paljon vettä ja energiaa ja sen ympäristölle aiheutuva kuormitus riippuu mitä kemiallista menetelmää käytetään ja kuinka hyvin käytetyt nesteet kierrätetään ja puhdistetaan. Bambuviskoosin kudonta-, muokkaus ja värjäysominaisuudet ovat hyvät. Se on antibakteerinen kuitu, joka ontelomaisen rakenteensa vuoksi imee ja luovuttaa kosteutta nopeasti ja siksi tuntuu viileältä kuumalla ja lämmittää, kun sää on viileä. Näiden ominaisuuksien

ansiosta se tarvitsee vähemmän pesua viileämmässä vedessä kuin useimmat materiaalit. Bambu hajoaa luonnostaan saastuttamatta maaperää. (Li-fei; Markula 1999, 84; Nanso; Talvenmaa 1998, 23; Suojanen 1997, 34.)

Banaanikuitu



Kuva 8. Banaani (Wikipedia)

Banaanikuitu on ominaisuuksiltaan bambuntyyppinen selluloosakuitu, mutta hienompi ja sen kehruominaisuudet ovat jopa paremmat kuin bambulla. Banaanikuidusta on tehty Kimonoja ja Kamishimoja Japanissa jo 1300-luvulla. Vielä nykyäänkin Japanissa valmistetaan Banaanista perinteisin käsityömenetelmin pehmeää silkinomaista kangasta. Banaanista tuotetaan kangasta myös teollisin menetelmin, mutta sen potentiaalia ei ole vielä täysin hyödynnetty. Banaanipuunkuoresta valmistettu viskoosikuidun käyttö saattaa tulevaisuudessa lisääntyä ekologisten arvojensa takia. Banaanikuitu hajoaa luonnostaan saastuttamatta maaperää. (Kongfi; Li-fei; Markula 1999, 84; Talvenmaa 1998, 23; Suojanen 1997, 34; Wikipedia.org.)

Hamppu



Kuva 9. Hamppu (Wildfibres)

Hamppu on luonnostaan erittäin helppo- ja nopeakasvuinen, eikä tarvitse keinotekoisia lannoitteita tai torjuntaa. Se ei ole altis kasvitaudeille tai tuhohyönteisille. Kuituhamppu tarvitsee vain vähän vettä kasvaakseen ja kasvaa kaikissa maanosissa vaatimattomissakin olosuhteissa. Hamppu on kuiturakenteeltaan erittäin luja myös kosteissa olosuhteissa ja muistuttaa ominaisuuksiltaan pellavaa. Kuidun huono puoli on se, että kuitu menettää lujuuttaan valkaistaessa, joten valmiin kankaan väri vaihtoehtot ovat usein rajalliset. Hamppukuidun ympäristöhaitat riippuvat paljolti tuotantoprosessin liotusmenetelmästä: allasliotus rehevöittää vesistöjä, lämminvesiliotus lisää energiantarvetta ja kemiallinenliotus taas aiheuttaa haitallisten aineiden pääsyä vesistöihin. Hamppukuitu hylkii likaa luontaisten vaha-aineiden ansiosta ja lika myös irtoaa siitä helposti, se ei siis tarvitse kovinkaan voimakasta pesua. Hamppu hajoaa luonnossa saastumatta maaperää. (Boncamper 2004, 129; Talvenmaa 1998, 17; Vaarna 1965, 145.)

Kashmir villa



Kuva 10. Kashmir-vuohi (Wikipedia)

Alun perin Himalajalta lähtöisin olevan kashmir-vuohen alusvillasta saatavaa erittäin hienoa villaa pidetään ekologisena. Nykyään kashmir-vuohia kasvatetaan myös muualla maailmassa, jopa Euroopassa ja Afrikassa. Tästä syystä markkinoilla on myös halvempaa ja laadultaan huonompaa kashmir-villaa. Kashmirvilla on erittäin hienoa ja pehmeää – samalla myös nyppyyntyy ja vanuu herkästi, joten sen hoidossa täytyy olla erittäin varovainen. Se pestään neutraalilla pesuaineella haaleassa vedessä ja vältetään mekaanista rasitusta. Toisaalta villa hylkii luonnostaan likaa ja sitä ei tarvitse pestä usein, useimmiten tuuletus riittää. Kashmirvilla hajoaa luonnostaan ympäristöön joutuessaan. (Boncamper 2004, 178; Cashmere; Markula 1999, 74; Talvenmaa 1998, 20.)

Kierrätetyt kuidut



Kuva 11. Muovipulloja (Pollsb)

Kierrätetystä materiaalista valmistettu kuitu kuluttaa vähemmän luonnonvaroja kuin alusta asti valmistettu tai viljelty raaka-aine. Kierrätetty villa ja puuvilla valmistetaan vanhoista tekstiileistä tai teollisuuden leikkuujätteestä pilkkomalla ja kehräämällä uudelleen, tällöin kuidun laatu tosin huononee alkuperäiseen verrattuna eikä vaaleita kirkkaita värejä voida värjätä. Kierrätetty polyesteri voidaan valmistaa käytetyistä PET -pulloista ja kierrätetty polyamidi käytetyistä kalastusverkoista. Kaikki kierrätetty polyesteri ei välttämättä ole kovinkaan ympäristöystävällistä. Ympäristöystävällisyys riippuu tuotantoprosessista ja siitä, kuinka hyvin materiaalin ominaisuudet saadaan säilymään ja kuinka suuret ovat energiankulutus ja -päästöt ympäristöön prosessin aikana. Nykyisin on olemassa kemiallisia prosesseja, joissa kuidun laatu ei juurikaan huonone. Kierrätettykään tekokuitu ei maadu luonnossa, joten sen hävittäminen kuormittaa ympäristöä. (Boncamper 1999, 173; Natural environment; Paakkunainen 1995, 42.)

Mohair



Kuva 12. Mohairvuohi (Wikipedia)

Alun perin Tiibetistä lähtöisin olevan mohairvuohen päällysvillasta saatavaa villaa pidetään ekologisena. Nykyään mohairvuohia kasvatetaan myös muualla maailmassa: Turkissa, Argentiinassa, Teksasissa ja Etelä-Afrikassa. Mohairvillantuotannon ympäristövaikutukset tulevat lähinnä villanpesusta johtuvasta energian- ja vedenkulutuksesta. Mohairvilla on kestävämpää ja sileämpää kuin lampaanvilla, eikä se vanu yhtä helposti. Se on helposti puhdistuva ja usein pelkkä tuuletus riittää. Pesu tapahtuu haaleassa vedessä miedolla pesuaineella ja silitystä tulee välttää. Mohair hajoaa luonnostaan ympäristöön joutuessaan. (Boncamper 2004, 177; Markula 1999, 74; Talvenmaa 1998, 20.)

Nokkonen



Kuva 13. Nokkonen (Wildfibres)

Nokkonen on monivuotinen kasvi ja se kasvaa vaativissakin luonnonoloissa ilman keinokastelua, lannoitteita tai torjunta-aineita. Nokkoskuitu muokataan kankaaksi kuten pellava. Nokkosen ympäristökuormitus syntyy monimutkaisen prosessin siitä vaiheesta, missä kuidun liotus tehdään. Tämä vaihe voidaan tehdä myös ympäristöä kuormittamatta. Nokkosen kuitutuotanto teollisuuteen on vähäistä. Käsinkudottua nokkoskangasta tuotetaan Nepalissa, missä sitä on käytetty jo vuosisatoja vaatteiden ja muiden käyttötekstiilien valmistuksessa. Nokkoskuitu on hienoa, valkoista, taipuisaa, pitkää ja lujaa. (Boncamper 2004, 139; Kukinto.)

Luomupuuvilla



Kuva 14. Puuvilla (Wildfibres)

Luomupuuvillaa tuotetaan ilman keinolannoitteita ja torjunta-aineita. Tuholaistorjunnassa käytetään tällöin puuvillan tuholaisten luontaisia vihollisia, bakteereja, myrkkynsoja, vuoroviljelyä sekä pellon kulotusta. Luomupuuvillan tuotannossa pyritään rasittamaan ympäristöä mahdollisimman vähän. Luomupuuvilla ei sisällä geenimuunneltuja organismeja. Luomupuuvillalajikkeissa on saatavilla luonnostaan erilaisia värityksiä, joten sitä välttämättä tarvitse valkaista tai värjätä. Huono puoli myös luomupuuvillalla, kuten tavallisella puuvillallakin, on se, että se tarvitsee paljon vettä kasvaakseen. Perun Andien rinteillä on Tanguis-puuvillalle sopiva ilmasto ja siellä voidaan viljellä luonnonmukaista puuvillaa ilman keinokastelua. Puuvillan huonona puolena voidaan pitää myös sen herkkyyttä ilmaston muutoksille, mikä aiheuttaa heilahduksia saatavuudessa ja hinnoissa. Viimevuoden huonot puuvillasadot ja Intian asettama puuvillan vientikielto ovatkin nostaneetkin puuvillan hintaa huomattavasti. Puuvillan hyviä puolia on helppo värjäytyvyys, lujuus ja kestävyys. Huonoja ominaisuuksia ovat rypistyvyys ja taipumus likaantua. Puuvilla hajoaa ympäristöön joutuessaan luonnostaan. (Boncmper 2004, 113; Helsingin Sanomat 21.2.2011; Paakkunainen 1995, 25; Sauojanen 1997, 24; Talvenmaa 1998, 14.)

Luomuvilla



Kuva 15. Lampaista (Wikipedia)

Luomuvillaa tuottaessa lampaisiin ei saa käyttää loishyönteisiä karkottavia hyönteismyrkkyjä, synteettisiä hormoneja tai geenimuuntelua. Lampaiden laidunmailla ei saa myöskään käyttää keinotekoisia hyönteismyrkkyjä tai lannoitteita. Luomuvilla ei siis sisällä tavallisen villan tapaan myrkyllisiä yhdisteitä, jotka usein myös aiheuttavat ongelmia ympäristölle sekä ihmisille. Villan luomutuotannossa suuria lammasmaunoja ei suositeta, koska lammasmaun koko ei saa ylittää laidunmaan kestokapasiteettia. Lampaiden hoidossa ja kasvatuksessa täytyy noudattaa eettisesti hyväksyttäviä tapoja. Lampaiden viljelyssä käytetään useimmiten ihmisravinnon viljelyyn soveltumattomia maita. Villa sisältää runsaasti villarasvaa ja epäpuhtauksia, minkä takia se täytyy pestä ennen langan valmistusta. Pesu saattaa kuormittaa ympäristöä jollei vedenpuhdistusta ole hoidettu riittävän hyvin. Villan hyviä puolia on sen muokattavuus ja likaa hylkivyyys. Huonoja puolia ovat vahvuus, vanuvuus ja herkkyys tuholaisille. Villa maatu ympäristöön joutuessaan. (Ota; Paakkunainen 1995, 27; Talvenmaa 1998, 18)

Lyosell



Kuva 16. Sellupuita (Fashionwest)

Yleisimmin eukalyptuspuun selluloosasta valmistettava muuntokuitu lyosellin tuotantoprosessi on viskoosin tuotantoprosessia huomattavasti ympäristöystävällisempi, koska tuotantoprosessissa käytettävät liuottimet ovat myrkyttömiä ja ne voidaan käyttää aina uudelleen. Toisaalta tuotantoprosessi vaatii paljon energiaa. Eukalyptuspuu on erittäin nopeakasvuinen. Mutta jos sitä viljellään muualla kuin luonnollisessa kasvuympäristössään Australiassa, se voi muuttaa ympäristöä dramaattisesti. Puun tehoviljely aiheuttaa eroosiota ja lannoitteet ja myrkytykset saastuttavat maaperää. Lyosell on vahva kuitu, se ei nyppyynty eikä rypisty ja sen värin kesto ja pesuominaisuudet ovat erittäin hyvät. Se on luonnostaan antibakteerinen ja estää bakteerien kasvua kuitujen välissä, joten se tarvitsee vähemmän pesukertoja alhaisemmassa lämpötilassa kuin useimmat materiaalit. Lyosell hajoaa luontoon joutuessaan luonnostaan.

(Boncamper 2004, 236; Nanso; Paakkunainen 1995, 27; Suojanen 1997, 34; Talvenmaa 1998, 23.)

Pellava

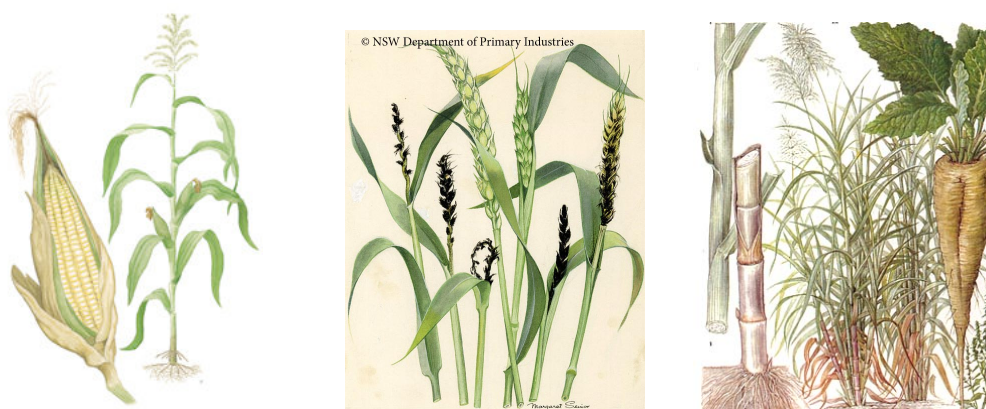


Kuva 17. Pellava (Wildfibres)

Pellava kasvaa vähäravinteisessakin maaperässä kaikilla mantereilla. Se ei vaadi välttämättä keinotekoisia lannoitteita, torjunta-aineita eikä sitä tarvitse keinokastella. Sitä on yli 150 lajia ja se kuuluu maailman vanhimpiin viljelykasveihin. Vaateteollisuuden raaka-aineen lisäksi pellavaa voidaan tuottaa elintarvikkeiksi, eläinten rehuksi, eristeiksi, kartongiksi, paperiksi, orgaaniseksi lannoitteeksi ja tuotannossa syntyvä jäte voidaan käyttää energian tuotantoon. Pellavan käsittely kehräyskelpoiseksi on työläs prosessi ja sen ympäristövaikutus riippuu siitä, kuinka kuitukimppuja sitova liima-aine liotetaan pois. Itä-Euroopassa pellavan liotuksen luonnonvesissä tiedetään rehevöittäneen vesistöjä. Ympäristöystävällinen tapa liotukselle on sellainen kemiallinen allas-

liotus tai entsyymiliotus, jossa vesi kierrätetään ja puhdistetaan ennen vesistöön pääsyä. Hyvä tapa on myös luonnossa tapahtuva nurmiliotus. Pellava on luonnostaan harmaata ja se kärsii valkaisuista. Värjäytyvyys ja valkaisu on haastavampaa kuin puuvillan. Pellava on luja ja antibakteerinen kuitu. Se ei kestä pesukoneen mekaanista rasitusta kovinkaan hyvin, toisaalta se ei tarvitse kovin voimakasta pesua koska lika irtaantuu kuitusta helposti. Pellavan taivutuslujuus on heikko ja se rypistyy helposti. Luontoon joutuessaan se hajoaa. (Boncamper 2004;118; Paakkunainen 1995; 28; Suojanen 1997, 30; Talvenmaa 1998, 16.)

PLA/Biopolymer/Polylactic acid/Polylactide (kauppanimeltä mm. Ingeo)



Kuva 18. Maissi (Afrikanet) Kuva 19. Vehnä (Margaret Senior) Kuva 20. Sokeri (Wikipedia)

Synteettinen polyesterin tapaan valmistettava kuitu, joka tehdään uusiutuvista luonnonvaroista, kuten maissista, vehnästä, sokerijuurikkaasta ja sokeriruokasta. Kuidun tuotannon ympäristöhaitat tulevat maatalouden aiheuttamista ympäristöhaitoista, esimerkiksi maissinviljely vie paljon vettä. Kyseenalaistaa voisi myös sitä, kuinka kehitysmaissa kuitutuotantoon viljeltävä peltoala käytetään pois ihmisravinnon viljelystä. Kuidun tuotantoprosessi vie vähemmän energiaa ja aiheuttaa vähemmän päästöjä ympäristölle kuin tavanomaiset synteettiset kuidut tai jopa ekologinen puuvilla. PLA kestää hyvin auringon ultraviolettisäteitä eikä syty herkästi. Se on erittäin hydrofiilinen kuitu, joten siitä valmistettu tuote kuljettaa hyvin kosteutta pois iholta – se siis tuntuu miellyttävältä käytössä myös kuumalla ilmalla. PLA sopii hyvin monille allergisille ihmisille. Se on kevyt ja helppohoitoinen, luonnostaan likaa hylkivä eikä se rypisty herkästi. PLA hajoaa luonnollisesti ympäristöön joutuessaan. PLA:sta valmistetaan myös biohajoavia pakkauksia, pusseja, vaippoja ja muita hygieniatarvikkeita. (Natureworksllc; Royte 2006)

Silkki



Kuva 21. Silkkiperhonen (Wikipedia)

Silkin tuottaminen ei aiheuta ympäristölle juurikaan haittaa. Silkkiäistoukkien ravinnonlähde mulperipuu ei kilpaile ravinteikkaista maista ruoantuotannon kanssa, eikä puita keinokastella, lannoiteta tai myrkytetä - silkkiäistoukat jopa kärsivät keinotekoisista torjunta-aineista. Mulperipuita istuttamalla on voitu myös ehkäistä eroosiota istuttamalla niitä jo hakatuille metsäalueille. Silkintuotantoprosessi on käsityövaltaista, eikä vaadi energiaa kovinkaan paljon. Energiaa vievät vaiheet ovat toukkien kasvuolosuhteiden säätely ja kokongien eli toukkien koteloiden höyrytys ja kuidun jalostus kankaaksi. Ympäristöhaittoja silkin tuotannosta syntyy, jos kokongin liima-aineen liotuksessa käytetään kemikaaleja tai silkinpainoa rikastetaan metallisuolilla. Silkki on luja ja taipuisa kuitu. Se kestää huonosti auringonvaloa, alkaleja ja hikeä, siksi silkkituotteita tulee pestä usein matalassa lämpötilassa. Silkkituotteet maatuvat luonnostaan ympäristöön joutuessaan. Tuotannossa syntyneet toukat voidaan käyttää ihmisravinnoksi. (Boncamper 2004, 193; Paakkunainen 1995, 28; Suojanen 1997, 34; Talvenmaa 1998; 21.)

Soija



Kuva 22. Soijapapu (Wikipedia)

Soijapavun proteiinista voidaan valmistaa vaatetukseen soveltuvaa kuitua tekokuitujen tapaan, mutta se on uusiutuva luonnonvara. Soijakuidun ympäristövaikutukset tulevat lähinnä viljelystä: maatalouden käyttämät kemikaalit saastuttavat ympäristöä ja vesistöjä. Teolliset soijaviljelmät ovat lisänneet kehitysmaiden paikallista työttömyyttä ja laadullista nälänhätää. Kyseenalaista kuitusojjan viljelyssä on peltoalan vienti ruuan tuotannolta. Sademetsien hakkuut soijaviljelmien edellä aiheuttavat eroosioita ja luonnon moninaisuuden katoa. Soijan kysyntä maailmassa on kasvanut valtavasti: sitä viljellään sekä eläinten että ihmisten ruuaksi sekä energian tuotantoon ja polttoaineeksi. Tämä on johtanut massatuotantoon ja paineisiin geenimuunnellun soijan tuotannon lisääntymiseen. Vastuullisesti ja ekologisesti tuotettua soijaa on onneksi myös saatavilla. Soija on erittäin hieno, pehmeä ja vahva silkinomainen kuitu. Se hylkii luonnostaan likaa, joten sitä ei tarvitse pestä usein. Se on helppo hoitaa: sen pesu- ja siliävyysominaisuudet ovat hyvät ja se kuivuu nopeasti eikä kutistu. Se kestää hyvin auringonvaloa ja sen värjäytyvyys ja värinkesto ovat erittäin hyvät. Soijakuitu hajoaa ympäristöön joutuessaan. (Swicofil; WWF.)

Tupasvilla



Kuva 23. Tupasvilla (Pekka Pura, Luontokuva)

Tupasvillakuitua pidetään erittäin ekologisena, koska sitä saadaan kasvuturveteollisuuden ylijäämäraaka-aineesta. Sen ympäristövaikutukset liittyvät turpeen hyödyntämisen ekologisuuteen: kuitu otetaan talteen suosta saadusta turpeesta, joka on lionnut satoja vuosia. Itse kuidun tuotantoprosessissa ei käytetä kemiallisia menetelmiä eikä sitä värjätä. Väriaineet eivät tartu kuituun ja siksi sitä saa sen luonnollisissa ruskean eri sävyissä. Tupasvilla on kevyt ja huokoinen kuitu, mutta myös erittäin hauras. Sillä on hyvä kosteuden imukyky, se on lämmin, antistaattinen ja se kestää hyvin auringon uv-säteitä. Tupasvilla on antibakteerinen kuitu, joka hylkii luonnostaan likaa - sitä ei siis tarvitse pestä usein. Tupasvilla maatuu luonnostaan ympäristöön joutuessaan. (Boncamper 2004, 143; Kukinto; Markula 1999, 62; Talvenmaa 1998, 18.)

3.3 Ympäristömerkit

Ympäristömerkkien tarkoitus on auttaa kuluttajaa tunnistamaan ja valitsemaan ympäristöystävällisempi tuote. Ympäristömerkin tavoitteena on antaa puolueetonta tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista. Markkinoilla on lukuisia, jopa satoja erilaisia ympäristömerkkejä: virallisia ja sertifioituja, sekä tuotemerkkien omia ympäristömerkkejä. Merkkien runsaasta kirjosta on hankalaa erottaa, mitä merkin taustalla todella on ja onko kyseessä ekologiselle vai eettiselle tuotannolle myönnetty merkki. Seuraavaksi esittelen lyhyesti yleisimpiä merkkejä ja niiden myöntämisperusteita. En selvitä tässä merkkien hintoja tai myöntämisprosessia, koska opinnäytetyön laajuus ei riitä siihen. Kaikkien tutkimieni ympäristömerkkien Internet-sivulta löytyy tarkat ohjeet ja kriteerit hakuprosessista. Jos Samuji päättyy jonkin ympäristömerkin hankintaan, silloin tarpeen

on selvittää ja vertailla vain parhaiten Samujille sopivien ympäristömerkkien väliset hintaerot ja myöntämiskriteerit.

BSI eli Better Cotton Initiative



Kuva 25. BCI (Bettercotton)

BCI on kansainvälinen Sveitsissä perustettu vapaaehtoinen ja voittoa tavoittelematon organisaatio, joka pyrkii edistämään puhtaampaa ja ympäristöystävällisempää tapaa viljellä puuvillaa ekonomisesti ja yhteiskunnallisesti kestäväällä tavalla. Better cotton -tuottajat sitoutuvat noudattamaan tiettyjä kriteereitä koko tuotantoketjun ajan. Tuottajan tulee vähentää ympäristölle haitallisia aineita, eikä tuotantoprosessin vedenkulutus saa vähentää pohjavesivarastoa. Tulee edistää maaperän hyvinvointia ja luonnonmukaista viljelyä sekä työntekijöiden työolosuhteiden tulee olla hyvät. Puuvillan laatua tulee myös vaalia ja tarkkailla. Järjestö rahoittaa toimintansa lahjoituksin ja jäsenmaksuin. Jäseninä on mm. ympäristöjärjestöjä, puuvillantuottajia, yrityksiä ja brändejä. (Bettercotton.)

Bluesign



Kuva 26. Bluesign (Bluesign)

Kansainvälinen standardoitu bluesign –ympäristömerkki, joka pyrkii edistämään ympäristöystävällisyyttä, terveyttä ja turvallisuutta tekstiiliteollisuudessa. Bluesign pyrkii ke-

hittämään uutta terveellisempää ja vähemmän haitallista tekniikkaa ja kemiallisia aineita tuottaa tekstiiliä. Bluesign –standardi kattaa koko tuotantoprosessiketjun kuitutuotannosta valmiiksi tuotteeksi asti. Se myönnetään nahalle ja tekstiileille. Standardi rajoittaa ja kieltää tiettyjen haitallisten aineiden käytön tuotannossa ja tuotteessa. Se rajoittaa ilmaan ja ympäristöön joutuvia päästöjä sekä syntyvän jätteen määrää. Bluesign on puolueeton ja itsenäinen organisaatio, joka tarjoaa teknologian ja tiedon, jonka avulla yritykset voivat kehittää omaa tuotantoketjuaan turvallisemmaksi ja puhtaammaksi ympäristölle, ihmisille ja eläimille. Bluesign -standardi myönnetään määrätyksi ajaksi ja sen noudattamista valvotaan ja testataan säännöllisesti. Bluesign -merkki ei tarkoita, että kuitu on ekologisesti viljeltyä/tuotettua. (Bluesign.)

Bra Miljöval



Kuva 27. Bra Miljöval (Naturskydds foreningen)

Ruotsalaisen voittoatavoittelemattoman ja itsenäisen luonnonsuojeluliiton myöntämä ympäristömerkki. Se myönnetään tuotteille, jotka sitoutuvat noudattamaan tiettyjä kriteereitä energian ja jätteenkulutukselle sekä ympäristölle haitallisille päästöille. Kriteerejä tulee noudattaa koko tuotantoketjun kuitutuotannosta valmiiksi tuotteeksi. Tuotteen elinkaari kierrätysmahdollisuuksineen tulee ottaa huomioon. Tuotteen tulee ylittää tietty laatutaso ja valmistusmaa tulee ilmoittaa. Puuvillan ja muiden luonnonkuitujen täytyy olla ekologisesti viljeltyjä ja synteettisten kuitujen 70-prosenttisesti kierrätettyjä. Merkin voi saada myös käytetyille tekstiileille sekä kierrätetystä materiaaleista valmistetuille tuotteille. Merkin saa vuodeksi kerrallaan ja sen myöntää Ruotsalainen Naturskyddsföreningen. (Naturskydds foreningen; Suojanen 1997, 76.)

Euroopan Unionin Ympäristömerkki, EU-kukka



Kuva 28. EU-ympäristömerkki (EC Europa)

EU-ympäristömerkki perustettiin vuonna 1992 Euroopan parlamentin asetuksella ja se on käytössä kaikissa EU-maissa. EU-ympäristömerkki myönnetään tuotteelle, joka täyttää tietyt kriteerit, joilla pyritään vähentämään kulutuksen ja tuotannon vaikutuksia ympäristöön, terveyteen, ilmastoon ja luonnonvaroihin. Kriteerit tulee huomioida tuotteen koko elinkaaren ajan raaka-aineen valmistuksesta valmiiksi tuotteeksi. Arvioitavia asioita ovat: energiankulutus, vesien ja ilman saasteet, maaperän pilaantuminen, melu, syntyvän jätteen määrä, kierrätys sekä kestävä maa- ja metsätalous. Tuotteelle on asetettu tietyt raja-arvot haitallisten aineiden sisällölle. Tuotteen tulee myös täyttää tietty laatu- ja toimivuustaso. EU-ympäristömerkki ei vaadi raaka-aineen olevan ekologisesti viljeltyä tai tuotettua. Merkin myöntää puolueeton ja ulkopuolinen organisaatio 2-5 vuodeksi kerrallaan: Suomessa Ympäristömerkintä organisaatio. (EC Europa; Ympäristömerkki.)

Eco Mark



Kuva 29. Eco Mark (Eco Mark)

Eco Mark on japanilaisen voittoa tavoittelemattoman Japan Environment Association -järjestön sertifioitu ympäristömerkki. Ympäristömerkki vaatii tiettyjen ympäristöystäväl-

listen toimintatapojen noudattamista koko tuotantoketjun ajan kuidusta valmiiksi tuotteeksi. Eco Mark –ympäristömerkki rajoittaa haitallisten aineiden ja päästöjen määrää, vähentää energian ja veden kulutusta sekä syntyvän jätteen määrää. Kuidun tulee olla ekologisesti tuotettua ympäristöä ja kestävää kehitystä tukevalla tavalla. Tuotteiden tulee myös ylittää tietyt laatu- ja turvallisuuskriteerit sekä sen kierrätettävyys on huomioitava. (Eco Mark.)

Fair Wear Foundation



Kuva 30. Fair Wear (Fair Wear Foundation)

Fair Wear -järjestö on eettisiä ja hyviä työolosuhteita edistävä järjestö. Fair Wear –merkki kieltää lapsityön, pakkotyön, syrjinnän ja rangaistukset. Työntekijöillä tulee olla yhdistymisen ja kokoontumisen vapaus, työaikalakia ja työsopimusta tulee noudattaa, työturvallisuudesta ja -terveydestä tulee huolehtia sekä palkan tulee kattaa elämisen kustannukset. Fair Wear -merkki myönnetään määräajaksi puolueettoman Fair Wear Foundationin tekemän auditointiprosessin jälkeen. (Fair Wear Foundation.)

GOTS



Kuva 31. GOTS (Global Textile Standard)

GOTS eli Global Organic Textile Standard on kansainvälinen standardisoitu sertifikaatti luonnonmukaiselle tekstiilille. Tuotteessa tulee olla vähintään 95% prosenttia luonnonmukaisesti viljeltyä luonnonkuitua. Standardi kattaa koko tuotantoketjun raaka-aineen viljelystä valmiiksi tuotteeksi. GOTS vaatii ekologisuuden lisäksi eettisesti hyvän tuotannon, jossa huomioidaan niin eläinten hyvinvointi kuin tuotantoketjussa työskentelevien ihmisten oikeudetkin. Tuotannossa käytetyille kemikaaleille, vedelle, energialle, pakkauksille ja jätteille on tietyt ohjeet ja rajoitukset, joita tulee noudattaa koko tuotantoketjun ajan. Sertifikaatin myöntää haastattelujen ja tarkastusten jälkeen puolueeton ja ulkopuolinen sertifiointitaho, kuten Ecocert, ETKO, ICEA, IMO, One Cert, Soil Association ja Control Union. (Ecocert; Global Textile Standard.)

Joutsenmerkki



Kuva 32. Joutsenmerkki (Ympäristömerkki)

Joutsenmerkki, Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki perustettiin vuonna 1989 pohjoismaisen ministerineuvoston päätöksellä. Joutsenmerkillä merkittyjen tekstiilien ja nahkatuotteiden tulee täyttää tietyt ympäristö-, terveys- ja laatuvaatimukset koko tuotantoketjun läpi kuitujen ja nahan alkutuotannosta valmiiksi tuotteeksi. Joutsenmerkki rajoittaa terveydelle ja ympäristölle haitallisten kemikaalien, väriaineiden, raskasmetallien käyttöä tai kieltää ne kokonaan. Kierrätykselle, luonnonvarojen ja energian kulukselle, haitallisille päästöille, melulle, hajulle, jätteille on laadittu kriteerit. Tuotteen laadun täytyy täyttää tietyt laatuvaatimukset. Tämä varmistetaan mm. värinpitävyydelle ja kutistumiselle säädetyillä ohjeilla. Joutsenmerkki ei vaadi raaka-aineen olevan ekologisesti tuotettua. Merkki myönnetään 3-5 vuodeksi kerrallaan ja sen myöntää puolueeton ulkopuolinen taho. Suomessa tämä on Suomen Ympäristömerkintälautakunta Motiva Services Oy. (Välimäki1995; 11; Ympäristömerkki.)

KRAV



Kuva 33. KRAV (KRAV)

Ruotsalainen voittoa tavoittelematon ja itsenäinen ympäristöjärjestö KRAV pyrkii edistämään ympäristön, eläinten ja ihmisten hyvinvointia ja terveyttä sekä sosiaalista vastuuta. Sertifioidun KRAV-luomumerkin voi saada nahalle ja tekstiilikuiduille. KRAV-merkki kieltää haitallisten kemikaalien ja lannoitteiden käytön ja kastelu ei saa vähentää pohjavesivarantoja. Eläinten kasvatuksessa tulee ottaa huomioon eläinten hyvinvointi ja luontaiset tarpeet. KRAV-merkittyä luomusilkkiä ei saa rikastaa metallisuolalla. Ihmisten oikeus hyviin ja turvallisiin työolosuhteisiin on otettu myös huomioon KRAV merkin periaatteissa. Merkin myöntää KRAV Ekonomisk förening. (Luomu; KRAV)

Made-By



Kuva 34. Made-By (Made-By)

Made-By on Eurooppalainen voittoa tavoittamaton järjestö, joka pyrkii tekemään ympäristöystävällisestä teollisuudesta yleisen käytännön vaatetusala. Made-By edesauttaa yrityksiä ympäristöystävällisiin ja sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti kestäviin toimintatapoihin koko tuotantoketjun ajan kuitutuotannosta valmiiksi tuotteeksi asti. Made-By ympäristömerkki ei salli lapsityövoimaa, torjunta-aineiden ja haitallisten kemikaalien

käyttöä pyrkii vähentämään veden ja energian kulutusta sekä edistää ympäristöystävällisiä, turvallisia ja lainmukaisia toimintatapoja ja työolosuhteita. Järjestö pyrkii lisäämään läpinäkyvyyttä, sekä edistämään teollisuuden ja kuluttajan välistä kommunikointia joka vuosi julkaistavien raporttien avulla. Made-by järjestön nettisivuilla on myös työkalu, jonka avulla kuluttajat voivat jäljittää, missä ja kenen toimesta Made-By -merkityt tuotteet ovat valmistettu. Made-By standardin on vahvistanut ulkopuolinen ja itsenäinen sertifiointi taho. (Made-By.)

Naturtextil



Kuva 35. Naturtextil (Naturtextil)

Naturtextil on voittoa tavoittelematon itsenäinen järjestö. Naturtextil ympäristömerkki on standardoitu ja kattaa koko tuotantoprosessin kuidusta valmiiksi tuotteeksi asti. Merkki pyrkii edesauttamaan ympäristölle, ihmisille ja eläimille hyviä toimintatapoja. Merkin kriteereitä ovat orgaanisesti tuotettu kuitu tai nahka, rajoitettu tai kokonaan kielletty haitallisten kemikaalien käyttö, hallittu veden ja energian kulutus, jätteiden ja saasteiden kierrätys ja suodatus. Kuitua ei saa myöskään kyllästä metallisuolilla ja tuotteen lisämateriaalien kuten nappien tulee olla luonnonmateriaaleista valmistetuja. Lisäksi tulee noudattaa International Labour Organizationin sopimusta hyvistä työolosuhteista: lapsityövoiman käyttö on kielletty, työntekijöiden tulee saada vähintään lainmukaista ja asteittain nousevaa palkkaa, työolojen tulee olla asialliset ja työntekijöillä on oikeus liittyä ammattiyhdistyksiin. (ILO; Naturtextil)

Reilu kauppa eli Fairtrade



Kuva 36. Reilu kauppa (Wikipedia)

Fairtrade International on voittoa tavoittelematon kansainvälinen järjestö. Sen sertifioitu Reilu kauppa -merkki myönnetään tuotteille, jotka koko tuotantoketjun ajan sitoutuvat noudattamaan tiettyjä vaatimuksia ympäristön ja työvoiman hyvinvoinnin sekä sosiaalisen kestävyys edistämiseksi. Suomen tekstiiliteollisuudessa Reilu kauppa -merkki on myönnetty toistaiseksi ainoastaan puuvillakuidulle. Reilu kauppa -sertifiointijärjestelmä on luotu parantamaan kehitysmaiden pienviljelijöiden ja työntekijöiden asemaa. Tuotannon tulee kattaa kestävän tuotannon kustannukset ja viljelijän tulee saada vähintään Reilun kaupan -takuuhinta tuotteestaan. Lapsityövoiman käyttö on kielletty, työntekijöiden tulee saada vähintään lakienmukaista ja asteittain nousevaa palkkaa, työolojen tulee olla asialliset ja työntekijöillä on oikeus liittyä ammattiyhdistykseen. Tuotannossa tulee noudattaa tiettyjä ympäristökriteereitä, kuten vähentää kemikaalien käyttöä, edistää luomuviljelyä, huolehtia jätteiden kierrätyksestä ja vähentää päästöjä. Myöskin geenimuunneltujen kasvien viljely ja tiettyjen kemikaalien käyttö on kielletty kokonaan. Reilun kaupan merkin myöntää ja valvoo puolueeton ja ulkopuolinen sertifiointitaho, FLO-CERT ja Suomessa Reilun kaupan edistämisyhdistys. (Fairtrade; Reilukauppa.)

SA8000



Kuva 37. SA8000 (Social Accountability International)

Social Accountability Internationalin kehittämä SA8000 on kansainvälinen standardisoitu sertifikaatti sosiaalisesti ja eettisesti hyväksyttävällä tavalla tuotetuille tuotteille. Sertifikaatti kieltää pakkotyön, syrjinnän sekä kurinpidon ja rangaistukset. Lapsityö on kielletty: työntekijöiden tulee olla vähintään 14 vuotta täyttäneitä, ellei paikallinen lainsäädäntö vaadi korkeampaa ikää. Työolosuhteiden tulee olla turvalliset ja työterveydestä on huolehdittava. Työaika ja palkka tulee olla paikallisen lain mukaista. Palkan täytyy riittää perustarpeisiin ja se tulee saada säännöllisesti. Työntekijöillä on kokoontumis- ja yhdistymisvapaus. Yrityksen johdon edellytetään ymmärtävän eettisiä arvoja ja ottavan sosiaalisen vastuun työntekijöistään. Sertifikaatin myöntää haastattelujen ja tarkastusten jälkeen puolueeton ulkopuolinen taho: SAAS eli Social Accountability Accreditation Services. Sertifikaatti on voimassa kolme vuotta kerrallaan ja kriteereiden noudattamista seurataan vuosittain. (Social Accountability International.)

Textile Exchange



Kuvat 38, 39, 40, 41 ja 42. Textile Exchange (Organic Exchange)

Yhdysvaltalainen voittoa tavoittelematon ympäristöjärjestö Organic Exchange vaihtoi vuonna 2010 logon ja nimensä Textile Exchangeksi. Samalla järjestön ympäristösertifikaatit muuttuivat kattamaan ekologisesti tuotetun puuvillan lisäksi myös muut ekologisesti viljeltyt kuidut, kierrätetyt kuidut sekä biologiset muuntokuidut. Järjestön OE 100

ja OE standardit myönnetään luonnonmukaisesti viljellyille kuiduille ja Global Recycle Standard myönnetään kierrätetyistä materiaalista valmistetuille kuiduille. OE-standardit kieltävät kemiallisten aineiden käytön koko tuotantoprosessin ajan sekä rajoittavat veden ja energian kulutusta sekä tuotannossa syntyvien päästöjen ja jätteen määrää. Eläinkuitutuotannossa pyritään edistämään ja ottamaan huomioon eläinten hyvinvointia ja terveyttä. Järjestö pyrkii myös löytämään ja kehittämään uusia ekologisia materiaaleja. Standardit myöntää puolueeton ja ulkopuolinen sertifiointi taho Control Union, Etiko, Ecocert, IMO tai One Cert. (Control Union; Organic Exchange.)

The Blue Angel



Kuva 43. The Blue Angel (The Blue Angel)

The Blue Angel on kansainvälinen ja vanhin ympäristömerkki – Euroopassa ehkä myös parhaiten tunnettu. Sen perusti Saksan hallitus vuonna 1978. The Blue Angel pyrkii edistämään ympäristömyönteistä, terveellistä, turvallista ja kestävää kehitystä tukevaa teollisuutta. Tämä tarkoittaa tiettyjen ympäristöystävällisten kriteerien noudattamista koko tuotantoketjun ajan. Haitallisia kemikaaleja tulee välttää eikä niitä saa päästää ympäristöön, ilmaan tai vesistöön. Energian ja veden kulutusta tulee vähentää, sekä jätteet kierrättää. Työturvallisuutta, työlakeja ja hyviä työolosuhteita tulee vaalia ja noudattaa. The Blue Angel merkki ei tarkoita, että kuitu on luonnonmukaisesti viljelty. The Blue Angel standardin on todentanut puolueeton ja ulkopuolinen organisaatio. (The Blue Angel.)

Öko-Tex Standard



Kuva 44. Öko-Tex (Öko-Tex)

Öko-Tex sertifioitu ympäristömerkki takaa, ettei ihmiselle tai ympäristölle haitallisten kemikaalien määrä ylitä määrättyjä raja-arvoja valmiissa tuotteessa. Merkki on ehkä tunnetuin tuoteturvallisuudesta kertova merkki. Haitallisten aineiden raja-arvot on luokiteltu neljään ryhmään: 1. Vauvanvaatteet, 2. Ihoa lähinnä olevat vaatteet, 3. Muut vaatteet ja 4. Muut tekstiilituotteet. Turvallisuusstandardia tulee noudattaa koko tekstiilin tuotantoketjun ajan ja noudattamista tarkkaillaan näytteiden avulla. Yleisimmän Öko-Tex Standard 100:n lisäksi on Öko-Tex 1000 ja Öko-Tex 1000Plus standardit. Öko-Tex Standard 1000 rajoittaa kemikaalien lisäksi tuotannon energiankulutusta, väriaineiden vahingollisuutta, jätevesiä, melua, pölyä ja takaa eettisesti hyväksyttävät työolosuhteet sekä kieltää lapsityövoiman käytön. Öko-Tex Standard 1000Plus on edellisten lisäksi ekologisesti viljelty ja tuotettu. Öko-Tex –Standard 100 myönnetään vuodeksi ja Öko-Tex Standard 1000 ja -1000Plus myönnetään kolmeksi vuodeksi kerrallaan. Standardit myöntää puolueeton ja voittoa tavoittelematon International Öko-Tex Association. (Markula 1999, 300; Öko-Tex; Suojanen 1997, 75; Talvenmaa 1998, 73.)

Taulukko 1. Ekomerkit

	Luomu- viljelty	Ilman kemikaaleja	Työolot Eettisyys	Tuotanto- ympäristö- ystävällistä	Kierrätetyt kuidut
 BCI		X	X	X	
 Bluesign		X		X	
 Bra Miljöval	X	X	X	X	X
 EU -kukka		X	X	X	
 Eco Mark	X	X	X	X	
 Fair Wear			X		
 GOTS	X	X	X	X	
 Joutsen		X		X	
 KRAV	X	X	X	X	
 Made-by		X	X	X	
 Naturtextil	X	X	X	X	
 Reilu kauppa		X	X	X	
 SA8000			X		
 TextileExchange	X	X	X	X	X
 The Blue Angel		X	X	X	
 Öko-Tex100		X			
 Öko-Tex100plus		X	X	X	
 Öko-Tex1000	X	X	X	X	

Selvennykseksi kokosin taulukon tutkimieni merkkien tärkeimmistä kriteereistä. Siitä selviää lyhyesti, mitä asioita yleisimpinä pidettyjen merkkien taustalla on. Luonnonmukaisesti viljellyn kuidun takaavat merkeistä seuraavat: Bra Miljöval, Eco Mark, KRAV, Naturtextil, Textile Exchange ja Öko-Tex1000. Jokin näistä merkeistä voisi olla sopiva Samujin ekopuuvilla tuotteille. Käyttäjälle turvallisen ilman haitallisia kemikaaleja tuotetun tuotteen takaavat muut merkit paitsi SA8000 ja Fair Wear. Ne ovatkin hyvät ja eettisesti hyväksyttävät työolosuhteet takaavia merkkejä. Hyvät ja eettiset työolosuhteet vaativat myös kaikki muut merkit paitsi Bluesign, Joutsen ja Öko-Tex100. Nämä merkit ovatkin oikeastaan turvallisuusmerkkejä, jotka takaavat kuluttajille puhtaampia ja tur-

vallisempia tuotteita. Tuotanto ympäristöystävällistä -kohdasta selviävät ne merkit, jotka pyrkivät omilla kriteereillään edistämään ympäristölle myönteistä viljelyä ja -tuotantoa. Kaksi ympäristömerkeistä huomioi myös kierrätetyt kuidut: Bra Miljöval ja Textile Exhagen Global Recycle Standard.

4 Kyselytutkimus

Seuraavassa luvussa esittelen kyselytutkimuksen taustan, tavoitteet ja kohderyhmän. Kerron myös, kuinka kysely toteutettiin ja mitä johtopäätöksiä siitä syntyi. Opinnäytetyöni kyselytutkimus on ”survey-tutkimus, jonka tarkoitus on kerätä tietoa standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä” (Hirsjärvi 2005, 125).

4.1 Tausta ja tavoitteet

Kyselytutkimuksen avulla on tarkoitus kerätä tietoa kohderyhmän ostokäyttäytymisestä. Päädyin kvantitatiiviseen kyselytutkimukseen, koska tällä tavalla on mahdollista kerätä informaatiota lyhyessä ajassa suurelta joukolta ihmisiä. Ympäristöasiat kiinnostavat ja puhuttavat ihmisiä, mutta näkyykö se myös ostopäätöksissä ja ovatko he valmiita maksamaan tuotteesta enemmän, jos se ekologisesti tuotettu. Kyselyssä selvitän myös sitä, lankeavatko kuluttajat markkinointikikkoihin. Itsekin olen langennut niin kutsuttuun viherpesuun ostamalla ekopuuvillapaidan, jossa ekologisesti viljellyn puuvillan osuus olikin vain 5%. Toimiiko viherpesu muihinkin?

Ympäristömerkin hankintaprosessi on monivaiheinen ja yritys joutuu maksamaan merkin käytöstä ja hankinnasta. Kiinnostavaa onkin se, kannattavatko lisäkustannukset ja sertifiointiprosessin läpikäynti? Tunnistavatko kuluttajat näitä ympäristömerkkejä ja vaikuttaako sellainen ostopäätöstä tehtäessä? Koski ei ole hankkinut Samujille ympäristömerkkiä, vaikka mallistoon kuuluukin täysin ekologisesta puuvillasta valmistettuja tuotteita. Hän epäili, ettei ympäristömerkki vaikuttaisi ostopäätökseen (Koski 2011a). Kyselyn avulla voin joko todentaa tai kumota olettamuksen.

Ympäristömerkkien tunnettavuudesta ja ihmisten ostokäyttäytymisestä on tehty useita tutkimuksia. Kyselytutkimukseni tarkoitus onkin kerätä ajankohtaista tietoa juuri kohderyhmältäni. Mielenkiintoista on nähdä ovatko saamani tulokset samoilla linjoilla vai

muuttuneet aiemmin tehdyistä tutkimuksista, kuten ACNielsenin vuoden 2004 tutkimuksesta. Silloin 53% suomalaisista koki ympäristöasioilla olevan suuri merkitys ostotilanteessa ja vuonna 2008 taloustutkimuksen tekemässä tutkimuksessa 34% Suomalaisista kertoi tuntevansa EU Kukka -ympäristömerkin (Ympäristömerkki). Kiinnostavaa on myös saanko samansuuntaisia vastauksia kuin Markkinointi & Mainonta lehden tutkimus jonka mukaan Joutsenmerkki oli vuonna 2010 Suomen viidenneksi arvostetuin brändi ja ostotilanteessa 13% suomalaisista kuluttajista tarkastaa aina onko tuotteella tai palvelulla Joutsenmerkki (Ympäristömerkki). Tai saanko samansuuntaisen tuloksen kuin viimeisin tutkimus, jossa joka yhdeksäs suomalaisista kuluttajista kertoo tunnistavansa joutsenmerkkilogon (Helsingin Sanomat 9.3.2011).

Kansainvälisistä ympäristömerkeistä on tehty myös lukuisia tutkimuksia. Tutkimuksia tekevät sekä merkit itse että ulkopuoliset markkinoita tutkivat yritykset. Saksassa tehdyn tutkimuksen mukaan 76% saksalaisista tunnistaa The Blue Angel -ympäristömerkin ja 39% kuluttajista ottaa ympäristömerkin huomioon ostopäätöstä tehdessään (The Blue Angel). Ruotsissa tehdyn tutkimuksen mukaan KRAV-luomumerkin tuntee 99% ruotsalaisista vastaajista. Ruotsalaisista 22% ostaa luomua niin usein kuin mahdollista ja 50% silloin tällöin. KRAV:iin suhtaudutaan myös positiivisimmin ja sen tuotteita pidetään laadukkaimpina verrattuna muihin tunnettuihin merkkeihin (Luomu). On kiinnostavaa nähdä onko nämä kansainvälisesti tunnetut merkit tuttuja myös kohderyhmälle.

4.2 Kohderyhmä

Kyselytutkimukseni kohderyhmää ovat 3-6-vuotiaiden lasten vanhemmat. Ne henkilöt, jotka ostavat vaatteita leikki-ikäisille lapsille. Kyselyn vastaajille en asettanut muita määreitä, jotta saisin mahdollisimman edustavan ja laajasti kattavan otoksen vastaajia. Suuntasin kyselyn päiväkoteihin eri asuinalueilla Helsingissä, jotta vastaajiksi valikoituisi mahdollisimman moneen eri sosiaaliluokkaan kuuluvia ihmisiä. Toteutin kyselyn päiväkodeissa Munkkiniemessä, Pikku-Huopalahdessa ja Vallilassa, joissa on yhteensä noin 120 lasta.

4.3 Kyselytutkimuksen laadinta ja toteutus

Kyselytutkimuksen laadintaan löysin neuvoja Hirsjärven kirjasta *Tutki ja Kirjoita* (1997, 182) sekä Anttilan kirjasta *Tutkimisen taito ja tiedon hallinta* (1998, 358). Molemmat painottivat sitä, että kysely tulee pitää mahdollisimman selkeänä ja yksinkertaisena eikä turhia kysymyksiä tule esittää. Myöskään vastaajien henkilötieto- ja taustakysymyksiä tulisi olla vain sen verran kuin vastausten analysoinnissa todella tarvitaan. Kysymykset tulee esittää mahdollisimman lyhyesti, selkeästi, spesifioidusti ja ymmärrettävästi. Päädyin käyttämään pelkästään suljettuja kysymyksiä, jotta vastauksia pystyy mielekkäästi vertailemaan keskenään ja jotta kyselyyn vastaaminen pysyisi helppona. Hirsjärvi suosittelee (1997, 192) käyttämään monivalintavaihtoehtoja mieluummin kuin samaa mieltä tai eri mieltä vaihtoehtoja, koska ihmisillä on tuolloin taipumus valita se vaihtoehto jonka arvelevat olevan suotava vastaus. Kyselyssä tulee myös tarjota vaihtoehto ei-mielipidettä, jotta välttyy siltä, että vastaaja laittaa vastauksen, vaikkei hänellä olisi mielipidettä kyseiseen asiaan.

Laadin kyselylomakkeen kysymyksen sen jälkeen kun olin keskustellut Samu-Jussi Kosken kanssa asioista, mitä hän kokee tarpeellisena tietona kohderyhmästä. Päädyimme ostokäyttäytymiseen ja ympäristömyötäisyyteen liittyviin kysymyksiin. Samujille kiinnostavaa tietoa on esimerkiksi se, kuinka tuttuja erilaiset ympäristömerkit ovat kohderyhmälle. Entä pitääkö kohderyhmä ekologisuuutta tärkeänä kriteerinä ostopäätöstä tehdessään ja lisäisikö ekomerkki tai sertifikaatti luottamusta tuotetta kohtaan. Mielenkiintoista on myös se ovatko kuluttajat valmiita maksamaan tuotteesta enemmän, jos se on ekologisesti, eettisesti tai Suomessa valmistettu. Nämä kriteerit kun nostavat tuotantokustannuksia ja tietenkin myös tuotteen myyntihintaa. Tulevia myyntikanavia ajatellen yksi kysymyksistä koskee paikkoja, mistä kohderyhmä ostaa lastenvaatteita. Kyselykaavake (Liite 1) kokonaisuudessaan löytyy liitteistä. (Koski 2011b)

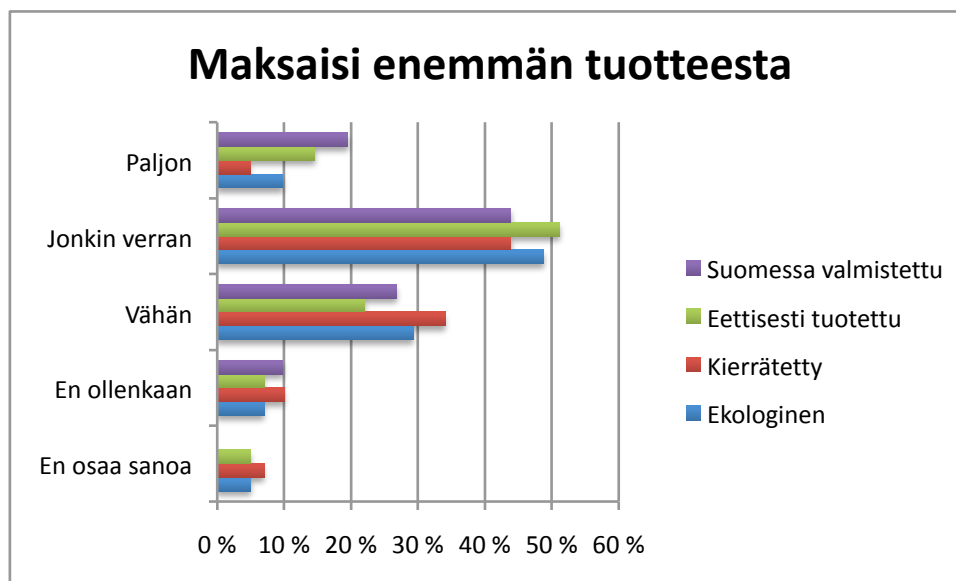
Kirjoitin kaavakkeen yhteyteen saatekirjeen, jossa kerron lyhyesti kuka olen, missä opiskelen ja mikä on kyselyn tarkoitus. Kerron siinä myös, mihin mennessä ja minne kyselykaavakkeet palautetaan. Saatekirjeessä kannustan vastaamaan kyselyyn sekä kerron, että vastaaminen vie vain 5-10 minuuttia. Lopuksi kiitän vastaamisesta.

Hirsjärvi (1997, 193) suosittelee lomakkeen testausta ennen varsinaista kyselyn toteutusta, joten kokeilin lomaketta kahdelle kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä ennen var-

sinaisen kyselyn toteutusta. Sain palautetta kahden kysymyksenasettelun selkeyttämisestä. Korjauksien jälkeen hyväksyin lomakkeen ja saatekirjeen vielä Samu-Jussi Koskella, jonka jälkeen jaoin lomakkeet päiväkodeissa lasten omiin lokerikkoihin. Olin etukäteen sopinut päiväkotien henkilökunnan kanssa kyselyn toteutuksesta ja kertonut kyselyni taustaa ja tarkoitusta. Annoin viikon aikaa lomakkeen täyttämiseen ja palautuspaikaksi päiväkodin ilmoitustaululla selkeästi nähtävän vastauskuoren. Vastaukset noudin viikon kuluttua ja niitä olikin tullut kiitettävästi: noin 52% jaetuista kaavakkeista palautettiin täytettyinä. Pidän vastausprosenttiani hyvänä, koska kaikille avoimen, KvantimOTV, kvantitatiivisten tutkimusmenetelmien oppimisympäristön mukaan valtakunnallisissa aikuisväestölle suunnatuissa kyselyissä vastausprosentti jää yleisesti alle viiteenkymmeneen (FSD). Tämän jälkeen vastausten vertailun helpottamiseksi kokosin kyselytutkimuksen vastaukset prosenttimuotoon.

4.4 Vastausten analysointi ja tulokset

Kyselytutkimukseni perusteella useimmille ekologisuus- tai eettisyyskriteerit vaikuttivat vain vähän tai ei ollenkaan ostotilanteessa. Muita kriteereitä, kuten laatua, käytännöllisyyttä, materiaalia, tuntua, väriä, hintaa, pesu- ja hoito-ominaisuuksia sekä muotoilua, pidettiin tärkeämpinä kriteereinä. Yhdeksän kymmenestä vastaajasta kiinnitti paljon huomiota käytännöllisyyteen, laatuun, tuntuun ja materiaaliin. Ekologisuuteen kiinnitti huomiota vain joka kolmas vastaaja. Vaikka ostopäätöstä tehtäessä muut kriteerit menivät useimmilta ympäristöasioiden edelle, suurin osa vastaajista olisi valmis maksamaan enemmän tuotteesta, joka olisi ekologisesta tai kierrätetystä materiaalista valmistettu tai valmistettu Suomessa tai eettisissä työolosuhteissa. Joka viides vastaaja olisi valmis maksamaan ei vain vähän enemmän, vaan jopa erittäin paljon enemmän Suomessa valmistetusta tuotteesta (Kuvio 2).



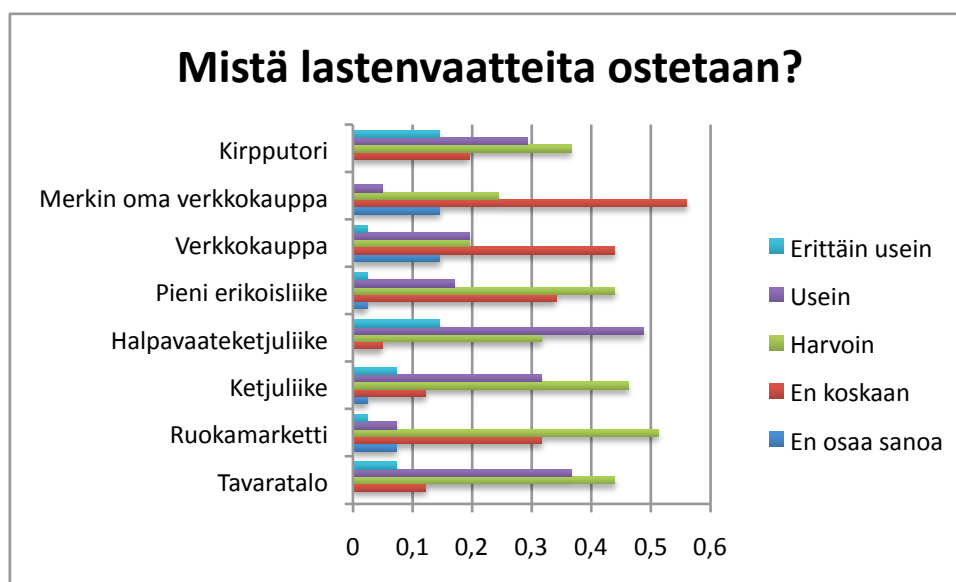
Kuvio 2. Maksaisi enemmän tuotteesta.

Monet ympäristömerkeistä eivät olleet ollenkaan tuttuja kyselyyn vastanneille. Tuttuja merkkejä olivat Joutsenmerkki, jonka tunnistivat kaikki vastaajista, Reilunkaupanmerkki, jonka tunnisti 98% vastaajista sekä Öko-tex 100, jonka tunnisti 78% vastaajista. Mikään näistä kolmesta ei ole ekologisen viljelyn takaava tuotemerkki. Ekologisista merkeistä EU-kukka merkki oli ainoa useimmille vastaajista tuttu ympäristömerkki, sen tunnisti 56% prosenttia. Useimmat kyselyni ympäristömerkeistä olivat tuntemattomia jopa yhdeksälle kymmenestä. Ruotsin tunnetuimman ekomerkin KRAV:n tunnisti vain 24% vastaajista, vaikka sen tunnistaa lähes kaikki 99% ruotsalaisista. Eikä maailman vanhinta ympäristömerkkiä, The Blue Angelia, ei tunnistanut juuri kukaan: yhdeksän kymmenestä vastaajasta ei tunnistanut sitä.

Kyselyni tulosten perusteella Kosken hypoteesi siitä, että ympäristömerkki ei vaikuta juurikaan ostopäätökseen, osoittautui oikeaksi. En siis suosittelisi ympäristömerkin hankintaa Samuji-tuotemerkille. En vaikka joka kahdeksas vastaaja sanoikin ympäristömerkin lisäävän luottamusta materiaalin alkuperää kohtaan. Päädyin tähän päätelmään ensinnäkin siksi, koska kyselyni vastaajat eivät pitäneet ekologisuutta tärkeänä kriteerinä ostopäätöstilanteessa. Eivätkä ympäristömerkit olleet tuttuja suurimmalle osalle vastaajista. Päätelmäni tukee myös se, että joka toinen vastaajista kertoi luottavansa tuotemerkkin antamaan tietoon tuotteen alkuperästä. Ympäristömerkin hankinnasta tulisi vain yritykselle lisää kuluja, muttei takaisi välttämättä myynnin kasvua.

Vain joka kolmas vastaajista tarkistaa tuoteselosteesta, kuinka suuri osuus materiaalista on ekologista silloin, kun tuotetta markkinoidaan ekologisena. Tämä tukee omaa kokemustani siitä, kuinka markkinoimalla tuotetta ekologisena voidaan myydä sellaista, mikä ei sitä oikeastaan edes ole. Monelle riittää pelkästään se, että sanotaan jonkin olevan ekologista. Kyseenalaista on, kuinka kannattavaa tällainen viherpesu on. Huomattuaan tuleensa harhaanjohdetuksi tai jopa huijatuksi, palaako asiakas enää kyseisen yrityksen asiakkaaksi?

Kysymys jonka tarkoitus oli kartoittaa mahdollisia myyntikanavia, sitä mistä kohderyhmä ostaa lastenvaatteita, yllätti minut. Ennakko-oletukseni oli, että lasten vanhemmat ostaisivat aikaa säästääkseen lastenvaatteita verkkokaupoista, mutta kyselyni perusteella se ei ollutkaan yleistä. Useimmiten lastenvaatteita ostetaan halpavaateketjun myymälästä, tavaratalon lastenvaateosastolta sekä kirpputoreilta tai käytettyjen vaatteiden kaupoista. Vaikka vain noin joka kolmas vastaajista ostaa vähintään harvoin vaatemerkin omasta verkkokaupasta lastenvaatteita, koen, että silti verkkokauppaan kannatta satsata. (Kaavio 3.) Se on kuluihin nähden kannattavana pidetty myyntikanava, jonka käyttö on tulevaisuudessa vielä yleistyvämpää (Hyvärinen 2010, 9). Kyselyn perusteella tärkeinä jälleenmyyntipaikkoina Samuji-lastenvaatteille pitäisin isoja ja laadukkaita tavarataloja.



Kaavio 3. Mistä lastenvaatteita ostetaan?

Kyselyn vastauksia analysoidessani huomasin, että vastausten analysointi ei ole yksiselitteistä ja vastaukset saattavat olla jopa ristiriidassa keskenään. Tämän ongelman voisi

välttää kysymällä samaa asiaa useammalla eri kysymyksellä ja tavalla, mutta toisaalta pitkä ja raskas kaavake taas saattaa karkottaa osan vastaajista. Vastausten asettelulla voi myös johdatella ihmisiä vastaamaan tietyllä tavalla. Tämän takia saattaa selittyä se, miksi omassa kyselyssäni 68% vastaajista piti ostotilanteessa ympäristöasioita vain vähän tai ei ollenkaan tärkeänä, kun taas AC Nielsenin tutkimuksessa 53% ympäristöasioilla oli suuri merkitys ostotilanteessa. Oliko AC Nielsenin tutkimus laadittu EU-ympäristömerkin markkinointia varten? Toisaalta oma kyselyni oli rajattu koskemaan vain lastenvaatteita ja AC Nielsenin tutkimus laajemmin kulutustavaroita. Kyselyjen välillä on 7 vuotta, mutta on vaikea uskoa, että ympäristöasioista olisi tullut vähemmän kiinnostavia tässä ajassa. Kyselytutkimusprosessi auttoi ymmärtämään myös sen ettei kaikkea tietoa, mitä meille syötetään kannata niellä yksiselitteisesti, vaan tarkistaa, kuka tiedon antaa ja mikä motiivi tiedon jakamiselle on.

5 Tutkimushaastattelut

Seuraavassa osuudessa kerron tutkimushaastattelun taustan ja tavoitteen, kenelle se on suunnattu sekä sen kulun ja tulokset.

5.1 Tausta ja tavoitteet

Haastattelujen avulla pyrin selvittämään, millaisia vaatteita lapset todella käyttävät ja mistä tuotteista koostuisi lapselle täydellinen vaatekaapin sisältö. Vaatesuunnittelija Samu-Jussi Koski haastatteli naistenvaatemalliston suunnittelun yhteydessä eri-ikäisiä naisia siitä, että jos he saisivat pitää enää vain kymmenen vaatetta tai asustetta, niin mitkä ne olisivat. Vastaukset olivat yllättävänkin samansuuntaisia, kuten farkut, valkoinen t-paita, villatakki, jakku ja musta mekko. Aion haastattelujen avulla selvittää, mitkä ovat nämä 10 tuotetta lapsilla. Kiinnostavaa suunnittelijan näkökulmasta on myös se, mikä on onnistunut ja hyvänä pidetty tuote ja mikä taas on huono tai käyttämättä jäänyt ja miksi näin on käynyt. Selvittääkseni kyseisiä asioita tiedonkeruumenetelmänä päädyin kvalitatiiviseen teemahaastatteluun. Haastattelun avulla pystyn saamaan tietoa laajemmin ja syvemmin kuin esimerkiksi kyselytutkimuksen avulla. Vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa voin myös tehdä suoria ja tarkentavia kysymyksiä sen mukaan, miten haastateltava vastaa. Tavoitteeni haastatteluille on selvittää mahdollisimman

hyvin kohderyhmän tarpeet, jotta voisin hyödyntää saamaani tietoa malliston suunnittelussa. Tavoitteenani on täydellinen ja kompakti mallistokonsepti, jossa ei olisi turhia ja myymättä jääviä tuotteita.

5.2 Haastateltavat

Haastateltavikseni valitsin leikki-ikäisten lasten vanhempia tuttavapiiristäni. Samuihin kohderyhmää ovat laatua ja designia arvostavat, joten pyrin haastateltavien valinnassa huomioimaan tämän seikan. Haastattelin vanhempia, joiden olen huomannut kiinnittävän huomiota ja panostavan lastensa pukeutumiseen keskivertoa enemmän. Haastattelin 11 lapsen vanhempaa: kuuden tytön ja viiden pojan.

Lisäksi halusin haastatella yhtä lastenvaatteiden ammattilaista. Päädyin haastattelemaan vaatesuunnittelija Merja Lambergia. Hän on suunnitellut lastenvaatteita muun muassa Tutalle, Nansolle ja isoille markettiketjuille. Hänellä on myös oma Kakara-lastenvaatemerkki, jossa hän itsenäisesti hoitaa kaikki yrityksen asiat: suunnittelee malliston, tuotannon, myynnin ja markkinoinnin. Lambergilla onkin laaja ja pitkä kokemus alalta: ison marketin kaupallisesta mallistosta pienen yrityksen ja valikoidummalle kohderyhmälle suunnatun malliston suunnitteluun.

5.3 Haastattelun kulku

Päädyin tiedonkeruumenetelmänä kohderyhmän tarpeista teemahaastatteluun. Teemahaastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto, jossa haastattelun aihepiiri on ennalta tiedossa, mutta kysymysten tarkkaa muotoa ja järjestystä voi muokata haastattelun kuluessa. Tein haastelua varten kysymysrunгон (Liite 2), jota seurasin haastattelujen aikana. Näin varmistin, että kaikilta haastateltavilta tuli kysyttyä samoja asioita ja mitään ei jäänyt kysymättä, vaikka haastattelu välillä poikkeaisikin kysymyksestä. (Anttila 1998, 368; Hirsjärvi 1997, 197.)

Lasten vanhemmille suunnatun haastattelun aluksi kerroin lyhyesti haastateltavalle, kuka olen sekä haastattelun taustan ja tavoitteen. Sen jälkeen haastattelin kysymysrunkoni mukaiset kysymykset. Tarvittaessa tein tarkentavia kysymyksiä tai avasin kysymystäni niin, että haastateltava varmasti ymmärsi kysymykseni.

5.4 Yhteenveto haastatteluista

Kohderyhmälle ja suunnittelija Merja Lambergille tehtyjen haastattelujen perusteella tein yhteenvedon niistä asioista, jotka koettiin kymmenen käytetyimmän lastenvaateen tai asusteen ryhmään. Seuraavia tuotteita mainittiin useimmiten: pitkähihainen trikoo-pusero, t-paita, sukkahousut, sukat, tyttöillä leggingsit, pojilla pitkät kalsarit, tyttöillä mekko tai hame, pojilla housut, kauluspaita, farkut, yöasu, villatakki, haalari, sadeasu, pipo tai hattu, hansikkaat, huivi tai kauluri. Yhden lapsen vanhempi mainitsi näiden lisäksi myös leikki-haalarin. (Lamberg 2011, Lasten vanhemmat 2011a ja b.)

Hyvänä lastenvaatteena pidettiin semmoista, josta lapsi tykkää, joka ei kiristä tai purista, ja joka on mukava päällä. Vaatteen olisi hyvä olla helppo laittaa päälle, mielellään semmoinen, jonka lapsi osaa itse pukea. Materiaalista mainittiin, että sen tulisi olla miellyttävän tuntuista. Luonnonkuituista, lähinnä puuvillasta ja joustavista materiaaleista pidettiin. Väreillä ja kuviolla on lapselle paljon väliä ja plussaa on, jos tuotteissa on jokin juju, kuten taskut johon piilottaa leluja. Malliltaan hyvänä pidettiin yksinkertaista ja sellaista, joka näyttää hyvältä. Aikuinen kiinnitti huomiota kestävyys- ja laatuun. Pesun ja hoidon tuli olla helppoa. Tuotteen tulee säilyttää muotonsa ja värinsä usein toistuvissa pesuissa ja korkeissa lämpötiloissa. Alle tiivistin nämä kriteerit. (Lamberg 2011, Lasten vanhemmat 2011a ja b.)

Millainen on hyvä lasten vaate?

Sellainen josta lapsi tykkää
Mukava
Helppo pukea
Miellyttävän tuntuinen materiaali
Luonnonkuitua
Väritä ja kuviolta kiinnostava
Yksinkertainen
Hyvän näköinen
Tuoteesa jokin juju
Kestävä
Laadukas
Helppohoitoinen

Kuvio 2. Millainen on hyvä lastenvaate.

Huonona pidettiin vaatetta, joka puristaa, istuu huonosti tai on hankala pukea. Puke-
mista ei saisi hankaloittaa esimerkiksi liian ahdas kaula-aukko. Kommervenkit, solmitta-
vat narut tai monimutkaiset kiinnittimet koettiin vaikeina. Huonoina asioina mainittiin
myös liialliset yksityiskohdat, rumat värit tai kuviot. Hankalasti hoidettavat vaatteet,
esimerkiksi paljon silitystä vaativat, jäivät helposti käyttämättä. (Lamberg 2011, Las-
ten vanhemmat 2011a ja b.)

Vaikka monet vastaajista mainitsivatkin ulkohaalarin 10 käytetyimmän tuotteen jouk-
koon, sovimme Samu-Jussi Kosken kanssa ettei Samuji-lastenkonseptiin sellaista tule.
Ulkoiluhaalarit ovat erikoisosaamista vaativa tuoteryhmä, johon ammattitaitoa ja tuo-
tantopaikkaa ei Samujilla tällä hetkellä ole. Samuji tähtää Suomen lisäksi kansainvälisil-
le markkinoille, eikä ulkoiluhaalarit ole muualla maailmassa yhtään niin suosittuja kuin
Suomessa. Tästäkään syystä ulkoiluhaalarit eivät oikein tyyliltään sovi Samujin tuoteva-
likoimaan.

6 Suunnitteluprosessi

Seuraavassa osiossa kerron suunnitteluprosessin etenemisen: materiaalien valinnan,
ideoinnin, mallistorakenteen luomisen sekä esittelen valmiin mallistokonseptin.

6.1 Kankaiden ja lisätarvikkeiden valinta

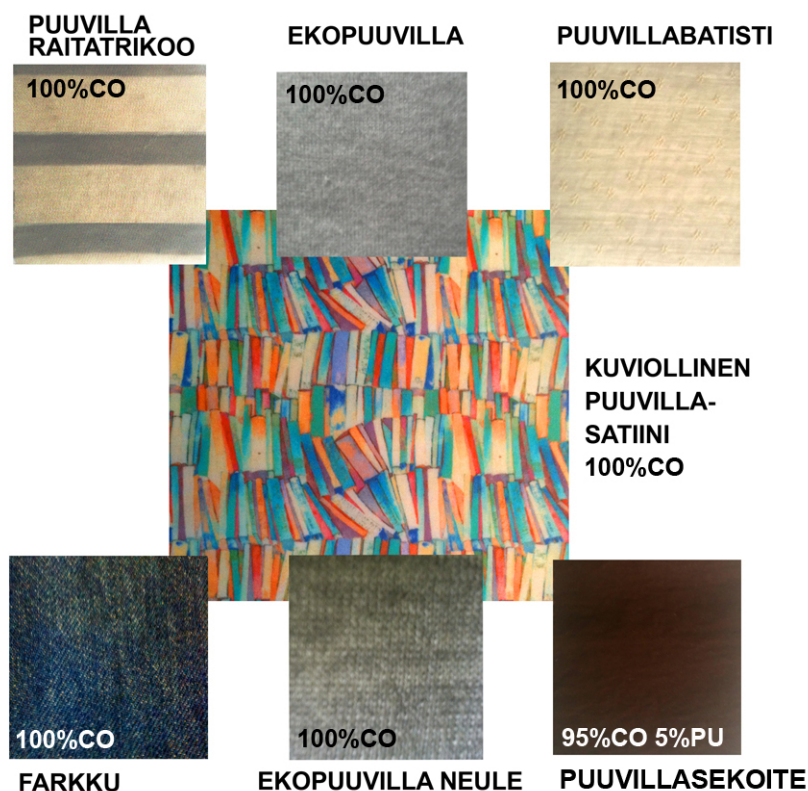
Sovimme Kosken kanssa, että käytän suunnittelemassani lastenmallistossa mahdolli-
simman paljon samoja materiaaleja kuin, mitä hän käyttää Samuji-naistenmallistossa
kevät 2012 tai materiaaleja, joita on jäänyt edellisten Samuji-mallistojen tuotannosta
varastoon. Tämä oli kannattavaa, koska kangas tilausten minimi metrimäärät ovat
useimmilla kangastuottajilla ja kangasagenteilla suuria. Samojen materiaalien käyttö
mahdollisti sen, että pystyin valitsemaan mallistoon useita eri materiaaleja. Näin koko
lastenmallistoa ei tarvinnut tehdä yhdestä ja samasta materiaalista tai ettei materiaale-
ja jää tuotannon jälkeen ylimääräisiä metrejä varastoon seisomaan. Eri materiaali vaih-
toehdot toivat myös vaihtelevuutta mallistoon.

Samuji-vaatemerkki painottaa materiaalivalinnoissa laatua ja luonnonkuituja. Synteettistä materiaalia on ainoastaan lisänä silloin, jos se parantaa luonnonkuidun kestävyyttä tai ominaisuuksia merkittävästi. Monet Samuji kevät 2011 naistenmallistoon tulevista kankaista eivät sopineet lastenmallistoon käyttö ja hoito-ominaisuuksiensa takia. Lastenvaatteissa kankaiden pesu ja huolto ominaisuudet ovat tärkeässä asemassa: lapsella vaatteet likaantuvat helpommin ja niitä pestään usein. Valittavien materiaalien tulee olla siis hyvin pesuja kestäviä ja helppohoitoisia, mielellään likaa hylkiviä. Materiaalin valintaan vaikuttaa myös tuntu ja käyttömukavuus. Niiden tulee olla lapselle turvallisia, mukavia käyttää, iholle ystävällisiä ja hengittäviä. Näistä syistä päädyin lähinnä ihoa olevissa tuotteissa puuvillakankaisiin. Naisten malliston kankaista silkit, villat, pellava ja nahka eivät hoito, eikä käyttö ominaisuuksien vuoksi sopineet lastenmallistoon. Päälysvaatteissa materiaalin tulee hylkiä likaa, kosteutta ja tuulta sekä kestää kulutusta. Päälysvaatemateriaaliksi päädyin puuvillan ja synteettisen kuidun yhdistelmään: valitsemani materiaali on kestävä, suojaavaa ja hengittävää.

Lastenvaatteissa on tarkat säädökset haitallisten kemikaalien ja aineiden pitoisuuksille, joten valinnassa otin huomioon myös nämä kriteerit. Materiaaleja valitessani ensimmäinen kriteerini oli soveltuvuus käyttötarkoitukseen. Tästä syystä vain kaksi malliston materiaaleista löytyi ekologisena puuvillana. Käyttötarkoitukseen sopivuus on pitkällä tähtäimellä parempi kriteeri myös ympäristön kannalta kuin ekologisesti viljelty: oikein valittu materiaali takaa sen, että tuote kestää pidempään sekä käyttöä että hoitoa. Vaikka suurimmat ympäristöhaitat materiaalin suhteen tulevat värjäys- ja viimeistelykäsittelyistä, päädyin silti käyttämään kemiallisesti värjättyjä materiaaleja, koska väri vaihtoehtoja löytyy runsaasti, värit ovat kirkkaita ja kestävät hyvin korkeissa lämpötiloissa toistuvia pesuja. Kohderyhmälle, leikki-ikäisille lapsille, värit ja kuviot ovat tärkeitä ja haluan, että tuotteista tulee heille mieluisia ja pitkä-ikäisiä.

Samuji-naistenvaatteissa värit ovat olleet klassisia, harmonisia ja rauhallisia: tummansinistä, mustaa, valkoista, harmaata ja ruskeaa. Lastenvaatteisiin klassiset värit sopivat myös hyvin. Mustaa en käyttänyt lastenmallistossa ollenkaan ja valkoista ainoastaan T-paidoissa. Lastenmallistossa värejä ovat: musteensininen, tummasuklaa, harmaa, kermanvalkoinen, keltainen, beige, vihreä ja okra. Väripilkkuna ja elävöittäjänä mallistoon tulee monivärinen ja kuviollinen puuvillasatiini, joka on aikuistenmalliston kanssa sama

ostoprintti. Oman printtikankaan painaminen nostaisi materiaalin hintaa korkeaksi. Oman printtikankaan tilaus minimi-
 t ovat myöskin monessa tuotantopaikassa niin suu-
 ria, ettei sellaisen tekeminen ole järkevää jollei tuotteiden menekki ole suurta. Ensimmäisen lastenmalliston kohdalla turvallisempaa on valita valmis ostettava printti.



Kuva 45. Materiaalit

Lisätarvikkeiden valinnassa ekologisuuden huomioiminen oli vaikeampaa. Niissä tarjonta uusiutuvista luonnonvaroista tehdyistä tai ekologisista vaihtoehtoista oli olematonta. Päädyin valitsemaan mahdollisimman laadukkaita ja kestäviä vaihtoehtoja sekä minimoimaan lisätarvikkeiden tarpeen mahdollisimman vähäiseksi. Lisätarvikkeita ei ole mallistossa käytetty koristeina vaan ainoastaan pukemista ja käyttämistä helpottavina elementteinä. Niskalappuja, tuotelappuja ja pakkauksia ei tarvinnut suunnitella lastenkonseptille erikseen, koska Samujilla on jo käytössä Henna-Mari Asuntan suunnittelemat sellaiset. Alla esimerkkikuva (Kuva 46) niskalapusta.



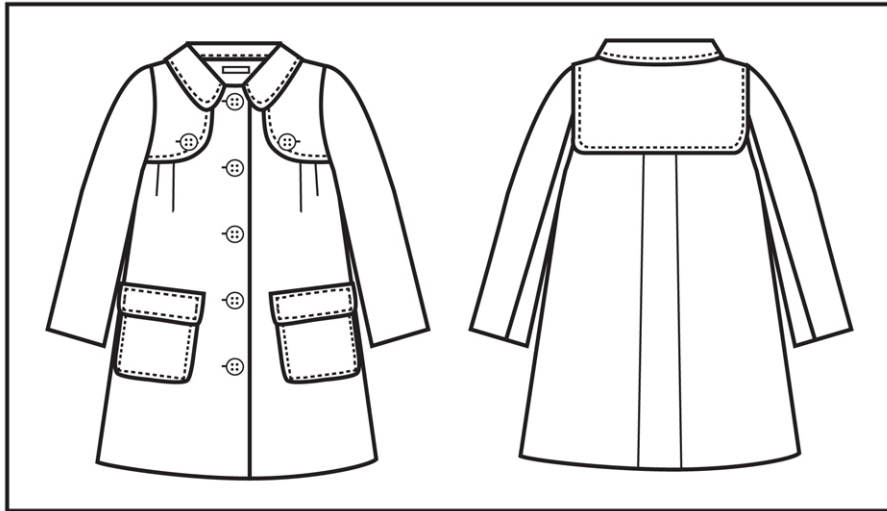
Kuva 46. Niskalappu (Samuji)

6.2 Tuotteiden suunnittelu

Ennen suunnittelun ja luonnostelun aloittamista mietin, mitä kriteereitä Samuji-vaatemerkin ideologia ja visuaalinen linja minulle asettavat. Näiden lisäksi huomioin tekemäni tutkimustyön tulokset: ympäristömyötäinen suunnitteluprosessi ja kohderyhmältä saatu tieto. Päällimmäiseksi nousivat kriteerit: laadukas, kestävä, hyvä design, ajaton, klassinen, kiinnostava, mukava, ei liikaa ja turhia yksityiskohtia, selkeä, yksinkertainen. Mallistorakenteen halusin yhteneväksi, en halunnut siihen turhia tuotteita. Mallistoon täytyi tulla haastatteluissa yleisimmin mainitut tuotteet. Tein tuotteista joko molemmille sukupuolille sopivia versioita tai pojalle ja tytölle omat tuotteensa. Joistakin suosituimmiksi mainituista tuotteista suunnittelin mallistoon useampia vaihtoehtoja ja eri materiaaleista. Tarkoitukseni oli myöskin se, että malliston vaatteet ovat hyvin yhdisteltävissä keskenään.

Konseptimuotoilua toteutettaessa Kettunen suosittelee kirjassa *Muodon palapeli* (2001, 70) ideoimaan mahdollisimman helpolla tekniikalla paljon avoimesti ja ilman kritiikkiä. Luovan ideoinnin jälkeen luonnoksia arvioidaan kriittisesti ja kehitetään eteenpäin tai yhdistellään. Hän suosittelee vuorottelemaan näitä kritiikittömiä luovia vaiheita ja kriittisiä vaiheita monta kertaa peräkkäin. Näin todennäköisimmin syntyy hyviä ja toimivia tuotteita. Työskentelin ideointivaiheessa juuri näin: piirsin mahdollisimman paljon luonnoksia, joista valikoin potentiaalisimmat ja hioin niitä yhä edelleen. Seuraavassa vai-

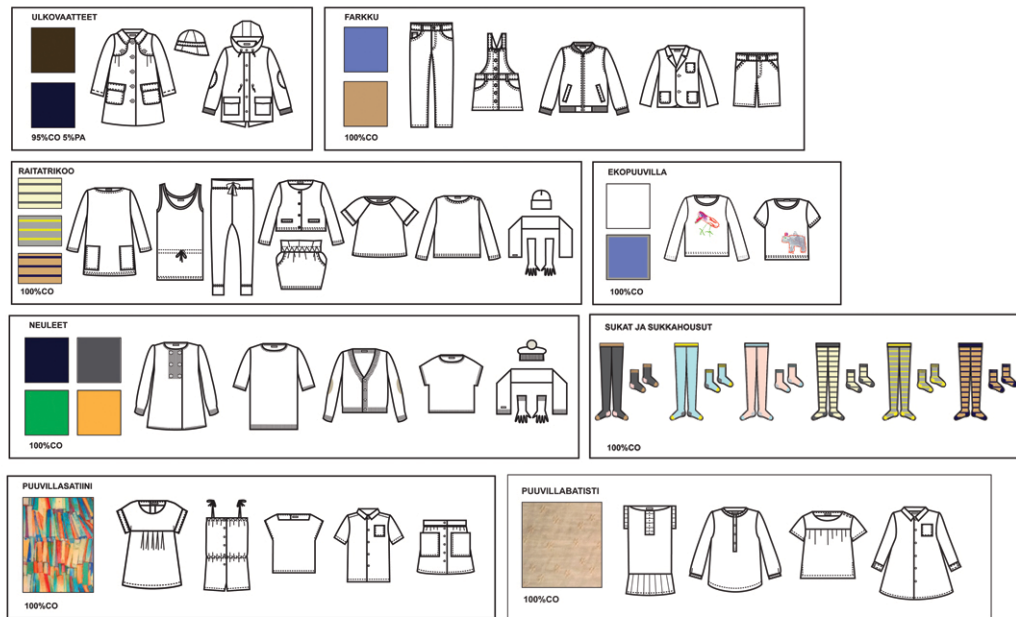
heessa esittelin ideoitani Samu-Jussi Koskelle ja hän valitsi mielestään toimivimmat tuotteet ja antoi palautetta niistä (Koski 2011b). Tämän jälkeen rupesin hahmottelemaan mallistokokonaisuutta: ryhmittelin ja karsin yhä edelleen sekä tein parannuksia itse tuotteisiin. Mallistokokonaisuuden hahmotettuani aloitin mallintaa teknisiä kuvia (Kuva 47). Piirtämisessä käytin Adobe Illustrator -ohjelmaa.



Kuva 47. Työpiirros edestä ja takaa

6.3 Mallistokonseptin esittely

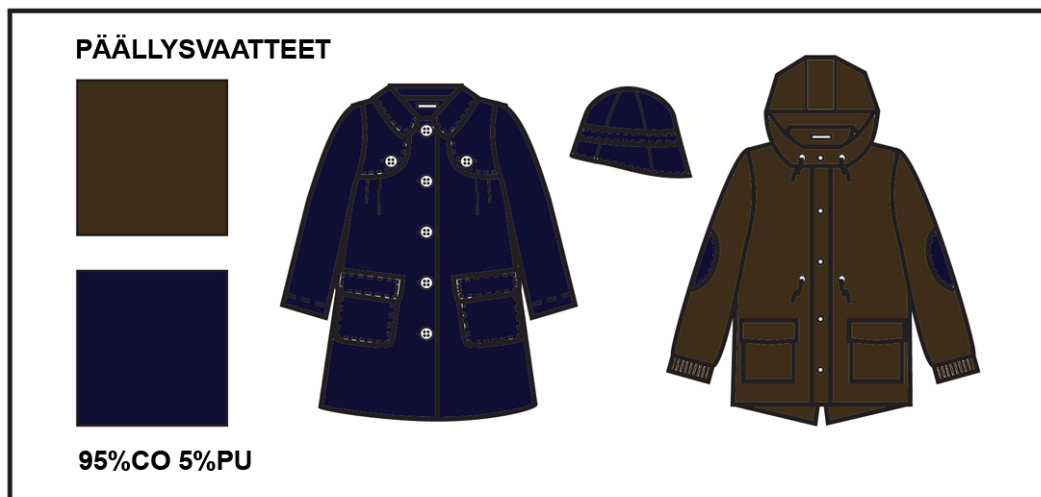
Mallisto koostuu päällysvaatteista, neuleista, raitatrikootuotteista, ekopuuvillapaidoista, farkkutuotteista, kuviollisista vaatteista, puuvillabatistivaatteista, sukista ja sukka-housuista. Siinä on vaatteita, jotka sopivat sekä arkeen että juhlaan.



Kuva 48. Mallistorakenne

Päälyysvaatteet:

Päälyysvaatteissa on kaksi takkia ja hattu. Pidempi malli on pituudeltaan sopiva malliston mekkojen kanssa pidettäväksi. Lyhyemmässä takissa on neppareilla irrotettava huppu. Molemmissa on helppo kiinnitysmekanismi. Materiaali on puuvillan ja polyuretaanin sekoitus, 95%CO ja 5%PU. Hatussa on auringolta suojaava lippa.

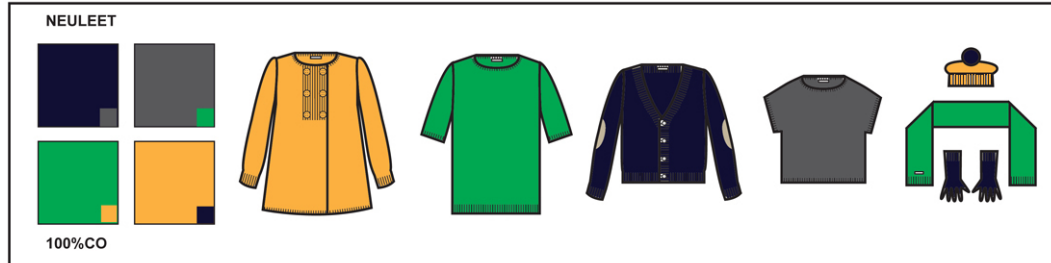


Kuva 49. Päälyysvaatteet

Neuleet:

Tuotteissa on lyhyempi neuletakki, joka on pojille suunnattu, mutta sopii hyvin myös tytöille. Siinä on kynärpäiden kohdalla miehustan kanssa eriväriset kohdat. Pidempi

neuletakki ja mekko ovat tytöille suunnattuja tuotteita. Tyttöjen neuletakin pituus on huomioitu sopivaksi malliston mekkojen kanssa yhdistettäväksi. Lisäksi neuletuotteissa on pusero, baskeri, kaulahuivi ja hansikkaat. Neuleissa materiaalina on 100% ekopuuvilla.



Kuva 50. Neuleet

Raitatrikootuotteet:

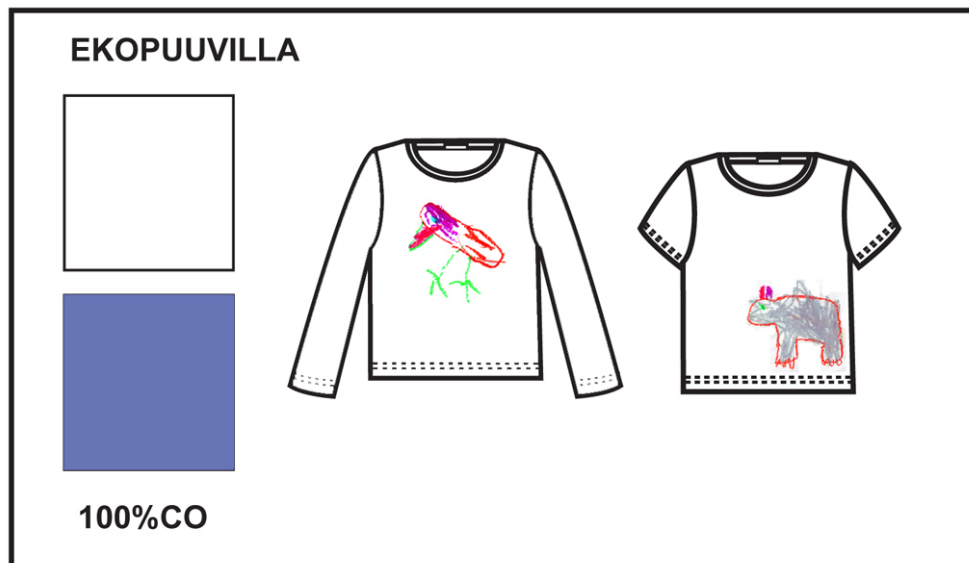
Raitatrikoossa mallistoon kuuluvat tuotteet: pitkähihainen mekko, lyhyt- ja pitkähihainen pusero, nepparillinen nappi-jakku, hihatton mekko, leggingsit, pipo, hansikkaat ja huivi. Paidoissa pääntiet on suunniteltu tarpeeksi väljiksi tai sitten niissä on pukemista helpottava nappikiinnitys. Vaatteet on ajateltu päiväkäyttöön, mutta osa malleista sopii myös yöasuiksi. Materiaali on 100% puuvillaa.



Kuva 51. Raitatrikootuotteet

Ekopuuvilla:

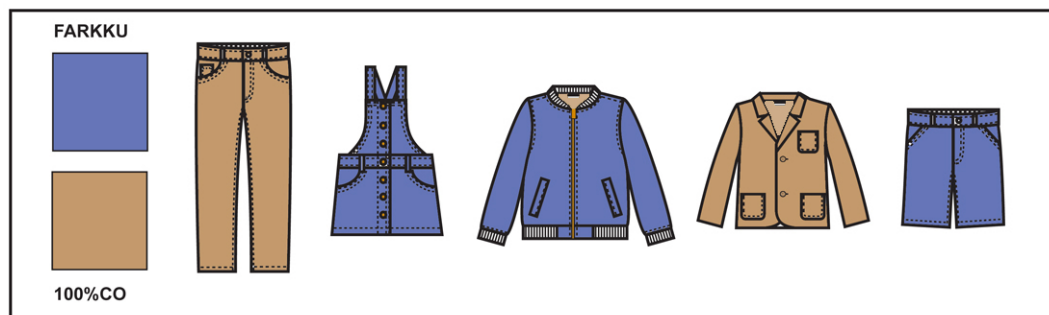
100% ekologisesta puuvillasta mallistokonseptiin kuuluvat lyhyt- ja pitkähihainen pusero yksivärisenä sekä painatuksella. Kuvat painatuksissa ovat lintu ja karhu. Painatukset ovat tyyliältään sellaiset kuin leikki-ikäinen olisi ne itse piirtänyt.



Kuva 52. Ekopuuvilla

Farkkutuotteet:

Farkkukangas on 100% puuvillaa ja tuotteina mallistossa ovat suorat sekä tytöille että pojille sopivat viisitaskuiset perusfarkut ja shortsit. Siihen kuuluu myös edestä napeilla avattava liivihame sekä vetoketjullinen pusakkamallinen takki sekä juhlaan sopiva puvuntakki.



Kuva 53. Farkkutuotteet

Kuviolliset vaatteet:

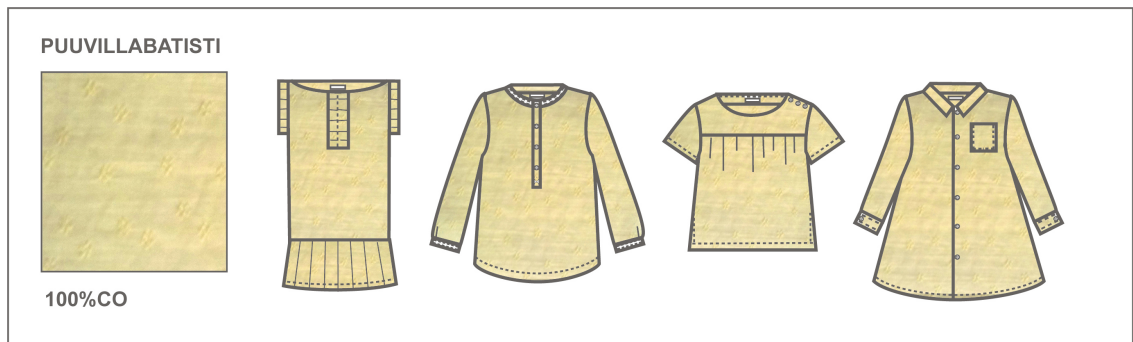
Värikkästä ja kuviollisesta 100% puuvillasatiinista mallistoon kuuluu: mekko, pusero, toppi, haalari ja hame. Haalarin pukemista helpottaa edessä oleva napitus sekä ylhäällä ja vyötäröllä oleva kuminauhakuja.



Kuva 54. Kuviolliset vaatteet

Puuvillabatistivaatteet:

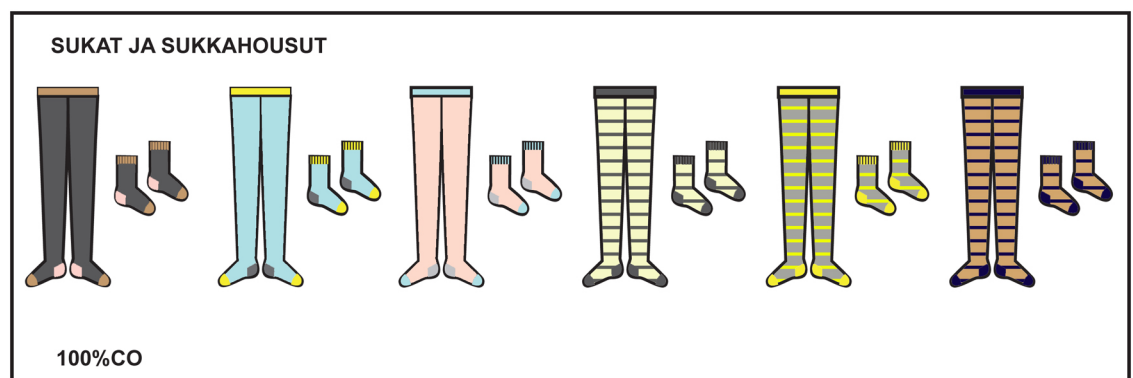
Puuvillabatistissa on pieni kudottu kuvio ja siitä olevat tuotteet ovat suunnattu juhlaan: kotelomekko, pitkähihainen -mekko sekä lyhyt- ja pitkähihainen pusero. Materiaali on 100% puuvillaa.



Kuva 55. Puuvillabatistivaatteet

Sukat ja sukkahousut:

Mallistokonseptia elävöittävät sukat ja sukkahousut raidallisina ja tasavärisinä. Materiaali on 100% puuvillaa.



Kuva 56. Sukat ja sukkahousut

7 Yhteenveto

Seuraavaksi arvioin opinnäytetyöprosessia ja onnistumista sekä pohdin mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

7.1 Pohdinta ja johtopäätökset

Mielestäni näkökulmani, ympäristömyötäinen suunnittelu, mallistokonseptin luomista kohtaan on erittäin ajankohtainen ja kiinnostava. Vaikka aihetta on käsitelty opintojeni aikana Metropolia Ammattikorkeakoulussa ja siitä on tehty paljon aiempiakin tutkimuksia, koin että tavoitteeni kehittää omaa tietämystäni ja osaamistani toteutui hyvin projektin aikana. Ekologisuus ja kestävyys ovat tärkeitä arvoja Samuji–vaatemerkille. Myös tästä syystä aiheenrajaus oli luonnollinen. Aiheeseen olisi voinut syventyä vielä tarkemmin ja yksityiskohtaisemmin, mutta koen, että opinnäytetyössä ei kapasiteetti siihen riitä, vaan syvempään tutkimukseen tarvitaan enemmän aikaa ja tilaa. Kaikkeaa lukemaani tietoa materiaaleista en edes pystynyt tuomaan työhöni. Jo pelkästään ekologisten materiaalien tutkintaa ja selvitystä voisi tehdä loputtomiin. Ekologisten materiaalien tutkimus- ja kehitystyö on jatkuva prosessi, jota alan ammattilaisen tuleekin seurata säännöllisesti. Vaikka minulla on ennestään jo hyvin kokemusta suunnittelutyöstä suunnittelijoiden assistentin tehtävästä käsin, koin että sain opinnäytetyöprosessin aikana minulle uutta tietoa siitä, miten suunnittelija voi omilla valinnoillaan vaikuttaa kestävään ja ympäristömyönteiseen suunnitteluun. Uskoisin voivani hyödyntää saamaani tietoa työssäni tulevaisuudessa. Sain myös selvitettyä Samuji–vaatemerkin kanalta kiinnostavaa tietoa kohderyhmän ostokäyttäytymisestä ja -tarpeista. Kuten mihin myyntikanaviin kannattaisi suunnata ja kuinka ympäristökriteerit otetaan huomioon ostotilanteessa. Kyselytutkimukseni oli samoilla linjoilla Kosken hypoteesin kanssa siitä, ettei ympäristömerkin hankinta ole kannattava satsaus pienelle yritykselle. Ja jos ekomerkin hankinta jossain vaiheessa tulee Samujille ajankohtaiseksi, niin työssäni selvitin mitä vaihtoehtoja on tarjolla ja mitkä niistä sopisi Samujille.

Opinnäytetyöni lopputulos, mallistokonsepti, on onnistunut mielestäni hyvin siinä mielessä, että se on hyvin linjassa Samuji ideologian ja naistenmalliston kanssa. Se on myös eheä, selkeä ja kaunis kokonaisuus, jonka mielestäni voisi sellaisenaan laittaa

tuotantoon. Siinä on onnistuneesti yhdistetty sekä asiakkaan että kohderyhmän toiveita ja tarpeita.

7.2 Mahdolliset jatkotutkimusaiheet

Ensimmäisen myynnissä olleen lastenmalliston jälkeen voi parhaiten selvittää, miten onnistuin työssäni. Mitkä tuotteet todella olivat onnistuneita ja myyviä. Kuinka mallistoa voisi hioa ja parantaa: viedä vielä eteenpäin. Prosessin aikana minulla heräsi kiinnostus tutkia syvemmin kuluttajien ostokäyttäytymistä ja sitä, mitkä asiat vaikuttavat ostopäätöstä tehtäessä. Mielestäni myös suunnittelijan tulee olla kiinnostunut markkinoista: turhaa ja tarpeetonta ei kannata suunnitella. Jatkotutkimuksena voisi myös miettiä, miten vastuuta ja kiinnostusta ympäristöasioita kohtaan voisi lisätä. Tai miten tekstiili- ja vaatetusteollisuuden yritykset saataisiin sitoutumaan kestäviin ja ympäristöä säästäviin toimintatapoihin. Voisivatko porkkanat, kuten verohelpotukset tai sanktiot, auttaa?

Samuji–vaatemerkin kannalta kiinnostavia jatkotutkimuksen aiheita olisivat miesten- sekä sisustusmallistokonseptien kehittäminen. Merkillä on tarkoitus avata oma verkko-kauppa, joten sen kehittämisessä ja markkinoinnissa voisi löytyä opinnäyte- tai projektityönaiheita. Ja uskoisin, että kohderyhmän ja markkinoiden tuntemuksesta on hyötyä aina, kun myydään asioita, joten kohderyhmä- ja markkinatutkimus voisi olla Samuji-vaatemerkin kannalta kiinnostavia tutkimusalueita.

Lähteet

Aalto, Kristiina 1998. Vaatteiden käytön ja hoidon ympäristövaikutukset. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Afrikkonet. 2011. Maissi. [Verkkodokumentti].
<<http://www.afrikkonet.fi/tsanakirja/M/maissi.htm>>
(luettu 1.3.2011).

Anttila, Pirkko 1993. Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Helsinki: WSOY.

Anttila, Pirkko 1998. Tutkimisen taito ja tiedon hallinta. Helsinki: Akatiimi Oy.

Avoimuseo. 2011. Konsepti. [Verkkodokumentti].
<<http://www.avoimuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=konsepti>>
(luettu 5.4.2011).

Better Cotton. 2011. Better Cotton. [Verkkodokumentti].
 <http://bettercotton.org/index/7/about_bci.html>
 (luettu 1.3.2011).

Bluesign. 2011. Bluesign. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.bluesign.com/index.php?id=151>>
 (luettu 1.3.2011).

Boncamper, Irja 2004. Tekstiilioppi kuituraaka-aineet. Hämeenlinna: Hämeen ammatti-
 korkeakoulu.

Cashmere. 2009. How is Cashmere Produced?. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.cashmere.org/cm/production.php>>
 (luettu 1.3.2011).

Ecocert. 2011. Organic Exchange. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.ecocert.com/en/organic-exchange-oe>>
 (luettu 1.3.2011).

Eco Mark. 2007. Eco Mark. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.ecomark.jp/english>>
 (luettu 1.3.2011).

Euroopan parlamentti. 16.5.2002. Komission tiedonanto neuvostolle ja Euroopan par-
 lamentille. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P5-TA-2002-0250+0+DOC+XML+V0//FI>>
 (luettu 1.3.2011)

European komission. a. 2011. Ecolabel. [Verkkodokumentti].
 <<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>>
 (luettu 1.3.2011).

European komission. b. 2011. Organic Farming. [Verkkodokumentti].
 <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming/what-organic_fi>
 (luettu 1.3.2011).

Fair trade. 2011. Fair Trade International. [Verkkodokumentti].
 <<http://www.fairtrade.net>>
 (luettu 1.3.2011).

Fair Wear Foundation. 2009. Fair Wear Foundation. [Verkkodokumentti].
 <<http://fairwear.org/>>
 (luettu 1.3.2011).

Fashionwest. 2010. Sustainable and Ecofriendly Fashion: The Fibres. [Verkkodoku-
 mentti].
 <<http://www.fashionwest.ca/sustainable-and-eco-friendly-fashion-the-fibres/>>
 (luettu 1.3.2011).

FCT, Menetelmä opetuksen tietovaranto. 2010. Tilastollinen päättely. [Verkkodokumentti].

<<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/paattely/paattely.html>>
(luettu 5.4.2011).

Gina Tricot. Gina Tricotin vastuu. [Verkkodokumentti].

<<http://www.ginatricot.com/fi/suomi/yritys/cficontent-cficorporate-p1.html>>
(luettu 1.3.2011).

Gots. 2010. Gots the Standard. [Verkkodokumentti].

<<http://www.global-standard.org/>>
(luettu 1.3.2011).

H&M. 2011. Corporate responsibility. [Verkkodokumentti].

<http://www.hm.com/fi/corporateresponsibility__responsibility.nhtml>
(luettu 1.3.2011).

Helsingin Sanomat 21.2.2011. Puuvilla ja öljy nostavat kesävaatteiden hintoja. Helsinki: Sanoma Magazines.

Helsingin Sanomat 9.3.2011. Joutsenmerkin tunnistaa lähes jokainen. Helsinki: Sanoma Magazines.

Hirsijärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hyvärinen, Minna-Mari 2010. Verkkokaupan nykytilan selvitys kolmen verkkokaupparyhmän kautta. Opinnäytetyö. Helsinki: Laurea-Ammattikorkeakoulu.

Häti-Korkeila, Marjatta & Kähönen, Hannu 1985. Tuotesuunnittelun perusteita. Helsinki: WSOY.

ILO. 2011. International Labour Organization. [Verkkodokumentti].

<<http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--en/index.htm>>
(luettu 1.3.2011).

Kappahl. 2011. Ympäristö ja yhteiskuntavastuu lyhyesti!. [Verkkodokumentti].

<<http://www.kappahl.com/fi/corp/YRITYS/YMPARISTO--VASTUU/YMPARISTO-/>>
(luettu 1.3.2011).

Kettunen, Ilkka 2001. Muodon palapeli. Helsinki: WSOY.

Kukinto. Nokkonen kuitukasvina. [Verkkodokumentti].

<<http://www.kukin.to/tietosivut/nokkostieto.html>>
(luettu 1.3.2011).

Lammi, Minna, Niva, Mari & Varjonen, Johanna 2009. Kulutuksen liikkeet - kuluttajatutkimuksen vuosikirja 2009. Tampere: Yliopistopaino Oy.

Lindex. Otamme vastuun. [Verkkodokumentti].

<<http://www.lindex.com/fi/csr/>>
(luettu 1.3.2011).

Luontokuva. Valokuva, tupasvilla. [Verkkodokumentti].
<http://luontokuva.org/default.asp?V_DOC_ID=2383>
(luettu 1.3.2011).

Luomu. 30.11.2010. KRAV-merkki suosituin laatumerkintä Ruotsissa. [Verkkodokumentti].
<<http://www.luomu.fi/tietopankki/krav-merkki-suosituin-laatumerkinta-ruotsissa/>>
(luettu 1.3.2011).

Markkula, Raija 1999. Tekstiilitieto. Helsinki: WSOY.

Made-By. 2011. Fashion with respect for people and planet. [Verkkodokumentti].
<<http://www.made-by.org/>>
(luettu 1.3.2011).
Nanso Group. Materiaalit. [Verkkodokumentti].
<http://www.nansogroup.com/nanso_materiaalit>
(luettu 1.3.2011).

Natural Environment. 10.4.2008. Eco friendly fabrics. [Verkkodokumentti].
<<http://www.natural-environment.com/blog/2008/04/10/17-eco-friendly-fabrics/>>
(luettu 1.3.2011).

Natureworks LLC. 2008. Raw materials. [Verkkodokumentti].
<<http://www.natureworksllc.com/The-Ingeo-Journey/Raw-Materials.aspx#feedstocks>>
(luettu 1.3.2011).

Naturtextil. 2011. Naturtextill. [Verkkodokumentti].
<<http://www.naturtextil.com/>>
(luettu 1.3.2011).

Öko-Tex . 2011. Öko-Tex. [Verkkodokumentti].
<<http://www.oeko-tex.com>>
(luettu 1.3.2011).

Organic Exchange. 2010. Textile Exchange. [Verkkodokumentti].
<<http://organicexchange.org/oecms/>>
(luettu 1.3.2011).

Organic trade association. 2005. Organic Wool Fact Sheet. [Verkkodokumentti].
<<http://www.ota.com/organic/woolfactsheet.html>>
(luettu 1.3.2011).

Paakkunainen, Riikamaria 1995. Vaatteiden ympäristöhaitat – miten suunnittelija voi vaikuttaa. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B47.

Reilu kauppa. 2011. Reilun kaupan periaatteet. [Verkkodokumentti].
<<http://www.reilukauppa.fi/>>
(luettu 1.3.2011).

Royte, Elizabeth 2006 Elokuu. Smithsonian Magazine: Corn Plastic to the Rascue. Washington D.C.: Smithsonian Media.

SA8000. 2011. Social Accountability International – Human rights at work. [Verkkodokumentti].

<<http://www.sa-intl.org/>>

(luettu 1.3.2011).

Samuji. 2011. Samuji Story. [Verkkodokumentti].

<<http://www.samuji.com/story/>>

(luettu 1.3.2011).

Soil Association. 2011. Organic textiles. [Verkkodokumentti].

<<http://www.sacert.org/>>

(luettu 1.3.2011).

Suojanen, Ulla 1997. Vihreät tekstiilit. Helsinki: Yliopistopaino.

Suzhou Li-Fei Textiles. 2009. Bamboo Fiber. [Verkkodokumentti].

<<http://www.li-fei.com/>>

(luettu 1.3.2011).

Suzhou Shenboo Textiles Co. 2007. The True Natural Bamboo Fiber. [Verkkodokumentti].

<<http://www.kongfi.com>>

(luettu 1.3.2011).

Svicofil. 2010. Soybean protein fiber properties. [Verkkodokumentti].

<<http://www.swicofil.com/soybeanproteinfiberproperties.html>>

(luettu 1.3.2011).

Talvenmaa, Päivi 1998. Tekstiilit ja ympäristö. Tampere: Tekstiili- ja vaateteollisuus Ry.

The Blue Angel. 2011. The Blue Angel. Verkkodokumentti].

<<http://www.blauer-engel.de/en/index.php>>

(luettu 1.3.2011).

Ulkoasiainministeriö 2002. Johannesburgin poliittinen julistus. Helsinki: Ulkoasiainministeriö.

Vaarna, Pentti 1965. Tekstiiliraaka-aineet. Helsinki: WSOY.

Vihma, Susanna 2009. Suomalainen muotoilu – Kohti kestäviä valintoja. Helsinki: WSOY.

Wikipedia. 2011. [Verkkodokumentti].

<<http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Etusivu>>

(luettu 1.3.2011).

Wildfibres. 2011. Wild Fibres – Natural Fibres for Spinning and Dyeing. [Verkkodokumentti].

<<http://www.wildfibres.co.uk>>

(luettu 1.3.2011).

Virtuaaliyliopisto. 2004. Ympäristömyötäinen tuotesuunnittelu. [Verkkodokumentti].

<<http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/muotoilu4e/ymparisto.html>>

(luettu 1.3.2011).

WWF. 8.4.2010. Sademetsää lihatiskillä – Soijan tuotannon ympäristö- ja sosiaaliset vaikutukset. [Verkkodokumentti].

<http://www.wwf.fi/wwf/www/uploads/pdf/sademetsaa_lihatiskilla.pdf>

(luettu 1.3.2011).

Välimäki, Pauli 1995. Eko-ostaja. Espoo, Kuluttajavirasto.

Yhdistyneiden Kansakuntien Ympäristön ja kehityksen maailmankomission raportti: Yhteinen tulevaisuutemme. 1998. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Ympäristömerkki. [Verkkodokumentti].

<<http://www.ymparistomerkki.fi/>>

(luettu 1.3.2011).

Ympäristö. 2011. Mitä on kestävä kehitys. [Verkkodokumentti].

<<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=280280>>

(luettu 1.3.2011).

Haastattelut:

Koski, Samu-Jussi 2011a. Toimitusjohtaja, Samuji. 15.2.2011

Koski, Samu-Jussi 2011b. Toimitusjohtaja, Samuji. 22.3.2011

Lamberg, Merja 2011. Vaatesuunnittelija, Kakara. 23.3.2011.

Lastenvanhemmat 2011a. 16.3.2011.

Lastenvanhemmat 2011b. 30.3.2011.

Tutkimusaineisto:

Kolmen Helsinkiläisen päiväkodin lasten vanhemmille tehty kysely 2011. Vanhempien palauttavat kyselykaavakkeet opinnäytetyöntekijän hallussa.

Kyselykaavake

1. Ostaessanne lastenvaatetta kuinka paljon kiinnitätte huomiota seuraaviin asioihin?

(0=en osaa sanoa, 1=en ollenkaan, 2=vähän, 3=paljon, 4=erittäin paljon)



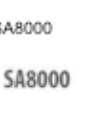


Design/Muotoilu	0, 1, 2, 3, 4	Väri	0, 1, 2, 3, 4
Materiaali	0, 1, 2, 3, 4	Tuntu	0, 1, 2, 3, 4
Ekologisuus	0, 1, 2, 3, 4	Eettisyys	0, 1, 2, 3, 4
Käytännöllisyys	0, 1, 2, 3, 4	Laatu	0, 1, 2, 3, 4
Pesuhoidon ominaisuudet	0, 1, 2, 3, 4	Hinta	0, 1, 2, 3, 4

2. Olisitko valmis maksamaan enemmän vaatteesta joka on:

(0=en osaa sanoa, 1=en ollenkaan, 2=vähän, 3=jonkin verran, 4=paljon)

ekologisesta materiaalista valmistettu?	0, 1, 2, 3, 4
kierrätetystä materiaalista valmistetusta?	0, 1, 2, 3, 4
vaatteesta joka on eettisesti tuotettu?	0, 1, 2, 3, 4
vaatteesta joka on valmistettu Suomessa?	0, 1, 2, 3, 4

3. Tunnistatteko seuraavia merkkejä/sertifikaatteja? (K=kyllä, E=en, 0=en osaa sanoa)

 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0
 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0
 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0	 K, E, 0

4. Luotatteko tuotemerkin antamaan tietoon materiaalin alkuperästä jos vaatetta markkinoidaan ekologisena?

Kyllä, En, En osaa sanoa

5. Ennen ostopäätöstä katsotteko ekotuotteen tuoteselosteesta kuinka suuri osuus materiaalista on todella ekologista?

Kyllä, En, En osaa sanoa

6. Lisääkö ympäristömerkki tai -sertifikaatti mielestänne luotettavuutta materiaalin alkuperästä?

(0=en osaa sanoa, 1=ei ollenkaan, 2=vähän, 3=paljon, 4=erittäin paljon)

0, 1, 2, 3, 4

7. Mistä seuraavista paikoista ostatte lastenvaatteita?

(0=en osaa sanoa, 1=en koskaan, 2=harvoin, 3=usein, 4=erittäin usein)

Tavaratalon lastenvaateosastolta	0, 1, 2, 3, 4
Ruokamarketin lastenvaateosastolta	0, 1, 2, 3, 4
Ketjumyymälästä (Polam O. Pyret yms.)	0, 1, 2, 3, 4
Halpavaateketjun liikkeestä (H&M, Seppälä yms.)	0, 1, 2, 3, 4
Pienestä erikoisliikkeestä jossa useita merkkejä	0, 1, 2, 3, 4
Verkkokaupasta jossa useita merkkejä	0, 1, 2, 3, 4
Vaatemerkin omasta verkkokaupasta	0, 1, 2, 3, 4
Kirpputorilta/käytettyjen vaatteiden liikkeestä	0, 1, 2, 3, 4

Kiitos vastauksistanne !

Kysymysrunko

Kysymysrungon kysymykset lasten vanhemmille:

- Onko lapsenne tyttö vai poika?
- Kuinka vanha hän on?
- Jos lapsenne vaatekaapin sisältö koostuisi vain 10 tuotteesta, mitkä ne olisi? Semmoiset suosikki tuotteet joita tulee pidettyä eniten.
- Millainen on hyvä tai paljon pidetty lastenvaate?
- Millainen on huono tai käyttämättä jäänyt lapsenvaate?
- Mihin asioihin kiinnität huomiota lastenvaatteessa?

Kysymysrungon kysymykset vaatesuunnittelija Merja Lambergille:

- Jos saisit suunnitella leikki-ikäisten lastenmalliston joka koostuu vain kymmenestä suosituimmasta/myyvimmästä tuotteesta. Mitkä ne olisi?
- Millainen on hyvä ja myyvä lastenvaate?
- Millainen tuote on huono ja jäänyt myymättä? ja miksi?
- Onko lasten vaatteissa joitakin asioita jotka ovat suosittuja vuodesta toiseen?